

**GAMBARAN MOTIF SOSIAL BERGOSIP PADA  
MASYARAKAT INDONESIA**



**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ABDILLAH SADAD**

**04041281924024**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**GAMBARAN MOTIF SOSIAL BERGOSIP PADA**  
**MASYARAKAT INDONESIA**

**SKRIPSI**

Dipersiapkan dan disusun oleh

**ABDILLAH SADAD**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 26 Juli 2023,


**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing I



Marisya Pratiwi, M. Psi., Psikolog.  
NIP: 198703192019032010

Pembimbing II



Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004

Penguji I



Ayu Purnamasari, S.Psi, MA.  
NIP: 198612152015042004

Penguji II



Angeline Hosana Z. T., S.Psi., M.Psi.  
NIP: 198704152018032001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Rabu, 26 Juli 2023



Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004

## LEMBAR PERSETUJUAN

### UJIAN SKRIPSI

Nama : Abdillah Sadad  
NIM : 04041281924024  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Kedokteran  
Judul Proposal Penelitian : Gambaran Motif Sosial Bergosip pada Masyarakat Indonesia

Indralaya, 21 Juli 2023

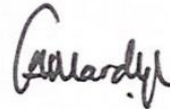
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Marisya Pratiwi, M. Psi., Psikolog.  
NIP: 198703192019032010

Dosen Pembimbing II



Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004

Mengetahui,

Ketua Bagian Program Studi Psikologi



Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, dengan disaksikan oleh tim penguji skripsi, dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Indralaya, 26 Juli 2023



Abdillah Sadad

NIM. 04041281924024

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Peneliti mempersembahkan hasil penelitian skripsi ini sebagai bentuk rasa syukur dan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas ridho dan karunianya, saya masih dapat menjalani hidup.
2. Syafiq Husein dan Syahabiyah yang hingga saat ini masih teguh untuk memberikan pendidikan dan menjamin kehidupan yang terbaik. Atas doa dan restu kedua orang tua, saya masih berdiri untuk meniti kehidupan yang baik dan diridhai Allah SWT. Usaha yang mungkin tidak akan pernah dapat terhitung telah dilimpahkan demi kebahagiaan saya. Dua orang yang memberikan bukti nyata untuk saya mengenal *unconditional love*.
3. Muhammad Fadhil, Naurah Nadzifah, Achmad Zayd Ali dan Muhammad Zein Hfiy, yang selalu mendukung dan menyemangati baik secara lisan maupun perilaku yang ditunjukkan. Dua kakak dan dua adik yang memberikan dorongan untuk saya menjadi lebih baik dan saling menyayangi.
4. Dosen Pembimbing, Marisyah Pratiwi, M.Psi., Psikolog. Skripsi ini sebagai salah satu persembahan untuk Mba Icha atas jumlah dorongan dan dukungan yang tepat untuk dapat menyentil saya untuk tidak berhenti.
5. Teman-teman terdekat yang telah menemani keseharian saya.

## **HALAMAN MOTTO**

“Hasil tidak pernah mengkhianati Usaha–”

*“It was true, before it became cliché”*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kita ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Gambaran Motif Sosial Bergosip pada Masyarakat Indonesia”.

. Dengan selesainya proposal penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti maupun bagi para pembaca. Penulisan laporan ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Maka dari itu peneliti menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang sudah membantu terselesaikannya laporan ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. dr. H. Syarif Husin, M.S, selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Sayang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si., selaku ketua bagian Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya sekaligus selaku dosen pembimbing II telah membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti.
4. Mba Marisya Pratiwi, M.Psi., Psikolog, selaku selaku Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya dan dosen pembimbing skripsi I yang telah

memberikan pengarahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam penyusunan skripsi dan selama proses perkuliahan.

5. Bapak M. Zainal Fikri, S.Psi., MA, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan pengarahan selama proses perkuliahan.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya.
7. Keluarga dan teman-teman angkatan 2019 yang memberikan dukungan penuh dalam jalannya kelancaran pembentukan laporan penelitian kuantitatif ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan proposal penelitian ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati untuk kesempurnaan penelitian yang akan datang

Indralaya, 21 Juli 2022

Hormat saya,

Abdillah Sadad

04041281924024



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
A. Motif Sosial Bergosip .....	17
1. Pengertian Motif Sosial Bergosip .....	17
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Motif Sosial Bergosip .....	18
3. Macam-macam Motif Sosial Bergosip .....	19
4. Perkembangan Motif Sosial Bergosip .....	28
B. Gambaran Motif Sosial Bergosip pada Masyarakat Indonesia .....	28

**BAB III METODE PENELITIAN ..... 32**

A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	32
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
1. Motif Sosial Bergosip.....	32
C. Populasi dan Sampel .....	33
1. Populasi Penelitian .....	33
2. Sampel Penelitian .....	33
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	33
4. Jumlah Sampel Penelitian .....	34
D. Metode Pengumpulan Data .....	35
E. Validitas dan Reliabilitas .....	37
1. Validitas.....	37
2. Reliabilitas .....	38
F. Metode Analisis Data.....	38

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 40**

A. Orientasi Kancan Penelitian .....	40
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian.....	42
1. Persiapan Administrasi .....	42
2. Persiapan Alat Ukur.....	42
3. Pelaksanaan Penelitian.....	45
C. Hasil Penelitian .....	48
1. Deskripsi Subjek Penelitian.....	48
2. Deskripsi Data Penelitian.....	50
3. Uji Analisis Data Penelitian .....	53
D. Analisis Tambahan.....	55
1. Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip Berdasarkan Jenis Kelamin	55
2. Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip Berdasarkan Usia.....	56
3. Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	57
4. Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip berdasarkan Domisili .....	59

5. Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip Berdasarkan Status Pekerjaan .....	61
E. Pembahasan .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Bobot Skor Skala MGQ .....	36
Tabel 3.2 <i>Blueprint Motives to Gossip Questionnaire</i> .....	37
Tabel 4.1 Distribusi aitem <i>Motives to Gossip Questionnaire</i> .....	44
Tabel 4.2 Tabel Penyebaran Data <i>Try Out</i> .....	46
Tabel 4.3 Tabel Penyebaran Data Penelitian .....	47
Tabel 4.4 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Domisili saat ini .....	48
Tabel 4.6 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 4.7 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Status Pekerjaan .....	49
Tabel 4.8 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.9 Deskripsi Data Deskriptif Subjek Penelitian .....	50
Tabel 4.10 Rumusan Kategorisasi .....	51
Tabel 4.11 Deskripsi Kategorisasi Motif Sosial Bergosip <i>Information Gathering &amp; Validation</i> Subjek Penelitian .....	52
Tabel 4.12 Deskripsi Kategorisasi Motif Sosial Bergosip <i>Social Enjoyment</i> Subjek Penelitian .....	52
Tabel 4.13 Deskripsi Kategorisasi Motif Sosial Bergosip <i>Negative Influence</i> Subjek Penelitian .....	53
Tabel 4.14 Deskripsi Kategorisasi Motif Sosial Bergosip <i>Group Protecting</i> Subjek Penelitian .....	53
Tabel 4.15 Deskripsi Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	54
Tabel 4.16 Deskripsi Normalitas Data <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> (setelah transformasi data pada motif <i>Negative Influence</i> ) .....	55
Tabel 4.17 Deskripsi Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.18 Deskripsi Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.19 Deskripsi Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	58

Tabel 4.20 Deskripsi Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip berdasarkan Domisili.....	60
Tabel 4.21 Deskripsi Hasil Uji Beda Motif Sosial Bergosip berdasarkan Status Pekerjaan .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	81
LAMPIRAN B.....	87
LAMPIRAN C.....	98
LAMPIRAN D.....	147
LAMPIRAN E.....	151
LAMPIRAN F.....	156

## GAMBARAN MOTIF SOSIAL BERGOSIP PADA MASYARAKAT INDONESIA

Abdillah Sadad<sup>1</sup>, Marisya Pratiwi<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Gossip merupakan bentuk komunikasi yang sangat populer di kehidupan masyarakat Indonesia, sehingga motif sosial yang mendorong perilaku bergosip akan bermanfaat untuk memahami fenomena ini. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui gambaran motif sosial bergosip pada masyarakat Indonesia.

Pengukuran motif sosial bergosip dilakukan dengan menggunakan skala baku *Motives to Gossip Questionnaire* (MGQ) oleh Beersma & Van Kleef (2012) yang dimodifikasi oleh peneliti. MGQ terdiri dari 48 aitem untuk mengukur empat motif sosial bergosip; *Information Gathering & Validation*, *Social Enjoyment*, *Negative Influence* dan *Group Protecting* dengan nilai koefisien cronbach alpha masing-masing 0,938, 0,933, 0,893 & 0,908. Analisis yang digunakan adalah teknik statistik deskriptif. Partisipan pada penelitian ini adalah 278 anggota masyarakat Indonesia yang pernah melakukan perilaku bergosip.

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk menggunakan motif sosial bergosip *Information Gathering & Validation*, *Social Enjoyment* dan *Group Protecting* yang tinggi dan *Negative Influence* yang rendah.

#### Kata Kunci: Motif Sosial Bergosip

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Psikologi FK Universitas Sriwijaya

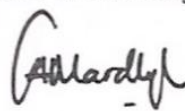
<sup>2</sup>Dosen Program Studi Psikologi FK Universitas Sriwijaya

Dosen Pembimbing I



Marisya Pratiwi, M. Psi., Psikolog.  
NIP: 198703192019032010

Dosen Pembimbing II



Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004

Mengetahui,  
Ketua Bagian Psikologi



Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004



## **DESCRIPTION OF SOCIAL MOTIVES TO GOSSIP IN INDONESIAN SOCIETY**

**Abdillah Sadad<sup>1</sup>, Marisya Pratiwi<sup>2</sup>**

### **ABSTRACT**

*Gossip is a very popular form of communication in Indonesian society, therefore the social motives that drive gossiping behavior will be useful for understanding this phenomenon. This research was conducted with the aim of knowing the social motives of gossiping in Indonesian society.*

*Measuring social motives for gossiping was carried out using the Motives to Gossip Questionnaire (MGQ), a standard scale by Beersma & Van Kleef (2012) which was modified by researcher. The MGQ consists of 48 items to measure the four social motives for gossiping namely: Information Gathering & Validation, Social Enjoyment, Negative Influence and Group Protection with cronbach alpha coefficient values of 0,938, 0,933, 0,893 & 0,908 respectively. The analysis used is descriptive statistical techniques.*

*Participants in this study were 278 members of Indonesian society who had engaged in gossiping behavior. The results of the study show that the majority of Indonesian people have a high tendency to use Information Gathering & Validation, Social Enjoyment and Group Protection social motives and low tendency to use Negative Influence as the social motive.*

**Keyword:** *Social Motives to Gossip*

<sup>1</sup>*Student at Psychology Department of Medical Faculty Sriwijaya University*

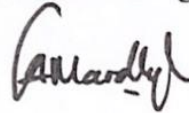
<sup>2</sup>*Lecturer at Psychology Department of Medical Faculty, Sriwijaya University*

Dosen Pembimbing I



Marisya Pratiwi, M. Psi., Psikolog.  
NIP: 198703192019032010

Dosen Pembimbing II



Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004



Mengetahui,  
Ketua Bagian Psikologi

Sayang Ajeng Mardhiyah, S. Psi., M. Si.  
NIP: 197805212002122004



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Komunikasi menjadi salah satu aspek vital dalam kehidupan sehari-hari manusia dan gosip merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering dilakukan oleh masyarakat. Meinarno, Bagaskara dan Rosalina (2011) menyebutkan bahwa gosip dipandang sebagai manifestasi hubungan interpersonal yang umumnya terjadi dalam komunitas. Kehadiran gosip sebagai bentuk komunikasi sangat populer di kehidupan masyarakat. Salah satu contoh sederhana yang teramati adalah penayangan berita *infotainment* yang marak di pertelevisian Indonesia. Secara keseluruhan, ruang publik penonton televisi dipenuhi acara gosip dan berita selebriti selama 67 jam 30 menit perminggu (Hedi Pudjo Santosa, 2011). Gosip juga dapat ditemukan di berbagai latar kehidupan (Dunbar, 2004), bahkan mendominasi isi percakapan manusia serta hadir pada seluruh bagian masyarakat (Guala, 2012; Giardini & Conte, 2011; Von Reuden, 2014). Gosip pun dianggap menjadi salah satu sumber terpenting untuk memetakan informasi tentang orang lain dalam kelompok sosial seseorang (Dunbar, 2004; Giardini & Wittek, 2019).

Gosip didefinisikan sebagai bentuk interaksi dimana terjadi pertukaran informasi evaluatif mengenai orang yang tidak ada di dalam interaksi tersebut (Foster, 2004). Dores Cruz & Nieper (2020)

mendefinisikan gosip sebagai seorang penggosip yang berkomunikasi dengan penerima gosip mengenai target yang tidak hadir atau tidak mengetahui mengenai isi komunikasi tersebut. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) mendefinisikan gosip sebagai obrolan tentang orang-orang lain; cerita negatif tentang seseorang hingga perilaku pergunjingan. Gosip akan terjadi saat, yang pertama pihak yang dibicarakan tidak hadir dalam percakapan yang berlangsung, yang kedua adalah komunikasi yang terjadi merupakan bentuk evaluasi atau penilaian baik positif maupun negatif dan yang terakhir adalah terdapat faktor situasional di dalam percakapan tersebut (Foster, 2004).

Dalam memahami fenomena gossip, diperlukan pemahaman mengenai motif yang mendorong perilaku gosip. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bagaimana gosip dapat digunakan dengan alasan yang beragam, serta dampaknya ditentukan oleh motif individu tersebut dalam memulai gosip (Beersma & Van Kleef, 2012). Melalui pendekatan sosial, Beersma & Van Kleef (2012) memaparkan empat motif sosial yang melatarbelakangi gosip. Empat motif tersebut tertuang di dalam *Motives to Gossip Questionnaire* (MGQ) yang merupakan instrumen berbentuk kuesioner untuk mengukur motif sosial bergosip individu atau dorongan yang membuat seseorang memutuskan untuk mengusulkan sebuah interaksi gosip. Beersma & Van Kleef (2012) memaparkan bahwa motif sosial bergosip merupakan alasan ataupun dorongan yang muncul pada individu untuk memulai suatu gosip.

Motif sosial yang pertama adalah motif *Negative Influence*/pengaruh negatif, yaitu gosip yang dipandang menjadi sebuah perilaku egosentris dan ditujukan untuk memanipulasi dan mempengaruhi orang lain ke arah yang buruk. Robbins dan Karan (2019) menemukan bahwa semakin muda usia seseorang, semakin tinggi kecenderungan untuk bergosip secara negatif. Mettetal (1982) dalam pengamatannya menemukan bahwa semakin muda usia remaja maka yang lebih dibicarakan adalah hal-hal yang negatif. Motif sosial ini dapat dipengaruhi oleh posisi kekuasaan pada kelompok individu penggosip tersebut (Beersma & Van Kleef, 2012)

Berbagai penelitian lain menunjukkan bagaimana gosip negatif berpengaruh pada kehidupan penggosip maupun target gosip. Gosip sebagai komunikasi negatif berkorelasi dengan *emotional exhaustion*, *low job engagement* dan *low performance* pada organisasi (Georganta, Panagopoulou & Montgomery, 2014). Pada penelitian lain, Menzer, McDonald, Rubin, Rose, Booth & Schulz (2012) menemukan bahwa remaja yang sering bergosip, *anxious withdraw* yang dimilikinya berhubungan positif dengan konflik persahabatan, dan sebaliknya pada remaja yang jarang bergosip. Wang, Ouyang, Chen, Qi, & Jiang (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa gosip negatif di sekolah berkorelasi positif dengan niat bunuh diri dan meningkatkan niat bunuh diri dengan mediator *academic burnout*.

Contoh penggunaan motif sosial *negative influence* pada masyarakat Indonesia adalah gosip yang disebarkan saat pemilihan umum presiden. Gosip yang bersifat menjatuhkan atau bahkan mencemari nama buruk para calon presiden disebarkan untuk menurunkan suara dukungan masyarakat untuk pasangan calon yang ditargetkan. Contoh lain gosip dengan motif *negative influence* yang teramati adalah gosip antar teman di sekolah seperti seseorang yang digosipkan mendapatkan nilai ujian sempurna karena melakukan penyuaapan kepada guru. Gosip seperti ini dapat dengan sengaja dilakukan untuk menjatuhkan reputasi individu target.

Motif sosial yang kedua adalah *Information Gathering and Validation*/mencari dan memvalidasi informasi. Dengan bergosip, individu dapat menerima informasi baru atau untuk memvalidasi informasi yang dimilikinya terhadap pemikiran orang lain atau lawan bicara gosip tersebut. Sebagai mekanisme pertukaran informasi, gosip sering digambarkan sebagai cara yang efisien dan eksklusif untuk mengumpulkan atau menyebarkan informasi (Foster, 2004).

Pada realita saat ini, gosip salah satu sumber masyarakat dalam mendapatkan informasi. Bergosip dianggap menjadi sebuah strategi eksplorasi untuk mendapatkan informasi sosial daripada bertanya langsung kepada orang yang dituju dan lebih terbuka daripada observasi secara diam-diam atau melakukan penyadapan (Hartung & Renner, 2013). Salah satu contohnya adalah informasi selebriti yang diberitakan melalui

pertelevisian nasional. Berdasarkan data Komisi Penyiaran Indonesia (2021) terdapat 15 stasiun nasional televisi yang menayangkan infotainment. Salah satu akun media sosial gosip, @lambe\_turah yang memiliki pengikut akun lebih dari 11 juta per Desember 2022. Begitu juga tayangan infotainment yang hadir di 15 stasiun nasional pertelevisian Indonesia (KPI, 2021). Contoh lain adalah gosip mengenai pandemi yang baru saja melanda dunia. Keterbatasan informasi resmi dan sifat skeptis yang ada, mendorong masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai resiko penularan virus dari sumber kurang resmi lain (Cruz, Lee & Beersma, 2021).

Penggunaan gosip untuk mendapatkan informasi sangat lumrah diaplikasikan oleh masyarakat Indonesia. Seperti gosip yang berkembang di dalam sebuah komunitas mengenai kehidupan rumah tangga seseorang. Rasa ingin tahu yang terlalu tinggi menyebabkan seseorang untuk menggali informasi mengenai kehidupan personal orang lain menggunakan gosip. Seperti isu perceraian sepasang suami-istri yang menjadi perbincangan komunitas melalui lini gosip. Contoh lain adalah perbincangan gosip yang dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga sembari membeli sayur mengenai sepasang suami-istri yang belum dikaruniai momongan. Berbagai spekulasi dan informasi evaluatif yang belum dipastikan kebenarannya dapat dengan mudah berkembang di dalam sebuah gosip.

Motif sosial yang ketiga adalah *Social Enjoyment*/hiburan, bergosip dapat menjadi sebuah ajang bersenang-senang bagi banyak orang dan menjadi sebuah bentuk distraksi dari rutinitas di setiap harinya (Beersma & Van Kleef, 2012). Motif ini dianggap menjadi salah satu alasan popularitas gosip di media komunikasi seperti televisi dan pers (Foster, 2004). Pada studinya Beersma & Van Kleef (2012) menemukan motif ini sebagai motif kedua yang utama mengapa seseorang memulai suatu gosip setelah motif sosial mencari dan memvalidasi informasi. Pada studi yang dilakukan Gelles (1989) menemukan bagaimana penggunaan gosip dalam bercerita, dapat memuaskan emosi penggosip seperti suatu literatur atau sastra.

Penggunaan gosip sebagai hiburan tentunya berpusat pada kenikmatan penggosip. Target gosip tentunya mungkin sensitif terhadap informasi yang disebarkan melalui gosip, namun hal ini tidak mempengaruhi kenikmatan yang dirasakan oleh penggosip (Foster, 2004). Gosip sebagai hiburan pada masyarakat Indonesia dapat dicontohkan seperti perbincangan yang dilakukan oleh individu untuk mengisi waktu istirahat kerja atau sekolah, dimana di dalam perbincangan tersebut terdapat penilaian evaluatif mengenai subjek yang tidak hadir. Subjek gossip dapat dicontohkan seperti teman kerja, teman kelas, atasan atau bahkan guru atau dosen. Penggunaan gosip sebagai hiburan dapat dicontohkan dengan individu yang merasakan penat kemudian memutuskan untuk menghubungi temannya untuk membicarakan berbagai

hal mengenai orang-orang yang notabenenya tidak hadir di dalam percakapan tersebut.

Motif sosial yang terakhir adalah *To Protect the Group*/Perlindungan terhadap kelompok, Gluckman (1963) mencetuskan bagaimana penggunaan gosip sebagai perlindungan terhadap norma di kelompok. Gosip dianggap sebagai cara kelompok untuk menjaga norma sosial. Foster (2004) mencetuskan salah satu fungsi gosip sebagai alat untuk menyebarkan pengaruh dalam masyarakat. Gosip dianggap dapat memberikan pendidikan kepada para pelaku atau pendengarnya tentang norma-norma sosial yang diharapkan tegak di masyarakat (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004) Gosip sebagai alat perlindungan kelompok dari pelanggar norma merupakan salah satu fungsi penting dari gosip (Dunbar, 2004). Kniffin & Wilson (2010) menemukan bagaimana gosip di tempat kerja dapat memerankan fungsi positif dalam kelompok. Begitu juga pada penelitian Wert & Salovey (2004) menemukan gosip diperlukan untuk sebuah kelompok sosial yang sehat.

Penggunaan gosip sebagai alat perlindungan norma kelompok yang terjadi di masyarakat Indonesia dapat dicontohkan dengan bagaimana perbincangan mengenai pelanggaran yang dilakukan oleh anggota kelompok mendorong orang lain untuk tidak melakukan pelanggaran yang sama karena konsekuensi sosial yang akan timbul yaitu menjadi subjek perbincangan gosip. Contoh lain adalah bagaimana pada sebuah kelompok penugasan perkuliahan, seseorang yang tidak berkontribusi dalam

penyelesaian tugas, akan digosipkan oleh anggota kelompok lainnya. Hal ini dianggap akan mendorong para anggota untuk berkontribusi secara adil guna mencegah *image* buruk yang akan timbul dari perilaku gosip.

Fenomena bergosip tentunya tidak luput dari masyarakat Indonesia. Bahkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) mendeklarasikan gosip sebagai aktivitas haram atau dilarang oleh agama. Meinarno, dkk (2011) memaparkan minimnya penelitian tentang gosip di Indonesia disebabkan oleh pandangan buruk gosip pada mata masyarakat Indonesia. Pandangan bahwa gosip merupakan bentuk komunikasi yang merugikan dipercayai oleh banyak masyarakat Indonesia. Hal ini diduga karena ketertarikan masyarakat untuk membicarakan pelanggaran norma sosial yang ada, mengutip Baumeister, Zhang dan Vhons (2004):

“...dilihat secara umum memang masyarakat lebih senang untuk mendengar hal-hal buruk dari orang lain ketimbang berita-berita yang bagus. Hal ini didasari bahwa ketika membicarakan yang buruk kita mengetahui bahwa ada pihak-pihak yang melanggar norma sosial, sehingga informasi ini begitu menarik. Sementara itu, informasi yang sekedar menyampaikan bahwa orang-orang patuh pada norma dianggap biasa-biasa saja, karena hal yang demikian tidak begitu menarik atau penting bagi mereka”

Gosip menjadi bentuk komunikasi yang populer di masyarakat Indonesia. Hal ini dikuatkan oleh Indonesia sebagai salah satu negara dengan kebudayaan kolektivisme (French, Jahnsen & Pidada, 2002). Meinarno dan Surwanto (2011) memaparkan dua alasan mengapa gosip



digemari oleh masyarakat Indonesia, yang pertama adalah karena adanya kebudayaan kolektif yang mendorong masyarakat untuk berkomunikasi secara intens sehingga gosip mudah untuk berkembang. Kedua, melalui gosip, masyarakat kolektif dapat berbagi informasi, terutama yang berkaitan dengan moral, cara berperilaku dan norma yang ada (Baumeister, Zhang & Vohns, 2004).

Berbagai penelitian telah memberikan gambaran umum mengenai penggosip. Salah satunya adalah gambaran penggosip berdasarkan perbedaan *gender*. Dunbar, dkk (2004) berdasarkan penelitiannya, menemukan bahwa perempuan tidak lebih sering bergosip daripada pria. Wanita tidak selalu menjadi pelaku dalam memulai sebuah gosip (Michelson & Mouly, 2000). Pada studi lain ditemukan bagaimana wanita lebih sering terlibat dalam gosip dibandingkan pria (Akgeyik, 2012). Pria tampak lebih mungkin untuk bergosip dengan pasangan dan wanita tampak lebih mungkin untuk bergosip dengan teman wanita dan pasangan (McAndrew, 2007). Wanita cenderung lebih agresif dalam bergosip dengan target wanita (McAndrew, 2014).

Fenomena gosip di Indonesia menjadi sebuah polemik. Persepsi negatif terhadap gosip tidak menghambat popularitas gosip di masyarakat. Persepsi negatif yang timbul tentunya berkembang dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas gosip yang notabene memiliki fungsi positif yang dapat dimanfaatkan dalam sebuah kelompok sosial. Perlu dilakukan upaya untuk meminimalisir dampak negatif sembari

memaksimalkan fungsi positif dari gosip. Salah satu faktor yang mempengaruhi dampak gosip adalah motif sosial yang digunakan oleh individu tersebut (Beersma & Van Kleef, 2012). Sehingga informasi mengenai motif sosial bergosip pada masyarakat Indonesia dapat menjadi langkah awal dalam meminimalisir dampak buruk yang mungkin timbul dan memaksimalkan fungsi positif gosip.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk melihat “Gambaran Motif Sosial Bergosip pada Masyarakat Indonesia”.

### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran motif sosial bergosip pada masyarakat Indonesia?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dari penelitian, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran motif sosial bergosip pada masyarakat Indonesia.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan paparan, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang peneliti paparkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

## **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi peneliti selanjutnya yang hendak mengkaji topik yang serupa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan khususnya pada ilmu psikologi sosial.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Peneliti**

Memberikan pengetahuan dan wawasan sekaligus pengalaman dalam penelitian, khususnya dalam variabel yang diteliti yakni motif sosial bergosip.

### **b. Bagi masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi pembaca, untuk memahami bagaimana gambaran motif sosial bergosip pada masyarakat Indonesia.

### **c. Bagi peneliti selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan bagi yang ingin mengkaji lebih dalam tentang topik atau variabel yang diteliti agar penelitian selanjutnya mampu mengembangkan serta memperkaya temuan-temuan lainnya

### **E. Keaslian Penelitian**

Penelitian yang secara fokus melihat bagaimana gambaran motif sosial bergosip pada masyarakat Indonesia belum banyak dilakukan. Berikut adalah beberapa penelitian yang menggunakan variabel motif sosial bergosip sebagai variabel di dalam penelitiannya:

Penelitian berjudul "*Better Than Its Reputation? Gossip and the Reasons Why We and Individuals With "Dark" Personalities Talk About Others*" dilakukan oleh Freda Marie Hartung, Constanze Krohn dan Marie Pirschtat pada tahun 2019. Subjek penelitian adalah 134 partisipan yang terdiri atas karyawan, pelajar dan pensiunan yang memiliki pengalaman bekerja. Hasil penelitian Hartung dkk menunjukkan motif sosial terpenting dalam terlibat di dalam aktivitas gosip adalah motif memvalidasi dan mencari informasi. Motif yang paling tidak relevan adalah motif sosial bergosip untuk menyerang atau melukai subjek gosip. Tidak terlihat perbedaan yang signifikan di dalam dua latar penelitian (pekerjaan dan personal). Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana motif sosial dalam bergosip seorang individu berketergantungan dengan sifat narsisme individu tersebut.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan terletak pada konstruk penelitian dimana pada penelitian ini tidak terdapat variabel bebas, melainkan terfokus pada gambaran motif sosial bergosip pada subjek penelitian. Sedangkan pada penelitian Hartung, dkk berusaha melihat

hubungan antara beberapa variabel kepribadian dengan variabel motif sosial bergosip.

Penelitian berjudul "*Malicious Mouths? The Dark Triad and Motivation for Gossip*" dilakukan oleh Minna T. Lyons dan Sara Hughes pada tahun 2015. Subjek penelitian merupakan 372 siswa dan anggota komunitas yang diundang melalui pesan elektronik. Hasil penelitian menunjukkan psikopati dan narsisme memiliki hubungan yang positif dengan motif *social enjoyment*, *group protection* dan *negative influence*, sedangkan Machiavellianisme memiliki hubungan yang positif hanya dengan motif *negative influence gossip*. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana perbedaan karakter atau sifat seseorang mempengaruhi motif sosial bergosip yang dimilikinya.

Lyons, dkk menggunakan kesatuan kelompok kepribadian *dark triad* sebagai variabel bebas yang di dalamnya terdapat 3 macam kepribadian yang berbeda. Subjek pada penelitian Lyons, dkk, tidak menggunakan kriteria usia, berbeda dengan subjek yang peneliti tetapkan yaitu dengan beberapa kriteria yang ditetapkan. Serta tidak terdapat variabel bebas pada penelitian ini.

Penelitian yang terdiri atas tiga studi empiris terpisah dengan judul "*Why People Gossip: An Empirical Analysis of Social Motives, Antecedents, and Consequences*" dikemukakan oleh Bianca Beersma & Gerben A. Van Kleef pada tahun 2012. Subjek penelitian pada studi pertama adalah 221 mahasiswa Universitas Amsterdam, pada studi kedua

melibatkan 221 subjek penelitian yang sama dan pada studi ketiga melibatkan 123 mahasiswa Universitas Amsterdam. Beersma dan Van Kleef mengembangkan sebuah alat ukur motif sosial bergosip yang kemudian terbukti dapat membedakan keempat motif secara empiris. Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana motif perlindungan kelompok akan cenderung signifikan dipakai saat bergosip dengan subjek anggota kelompok yang melakukan pelanggaran norma atau tidak sesuai dengan karakteristik kelompok tersebut menonjol. Penelitian ini kemudian menunjukkan saat partisipan membayangkan seseorang bergosip dengan mereka mengenai pelanggaran yang dilakukan oleh anggota kelompok lain, mereka menganggap ini menjadi bagian dari motif sosial bergosip untuk melindungi kelompok, mereka memandang gosip sebagai aktivitas sosial dan tidak menolaknya.

Penelitian yang berjudul *“Getting a Grip on the Grapevine Extension and Factor Structure of the Motives to Gossip Questionnaire”* ditulis oleh Terence D. Dores Cruz, Daniel Balliet, Ed Sleebos, Bianca Beersma, Gerben A. Van Kleef dan Marcello Galluci pada tahun 2019. Subjek penelitian merupakan 460 partisipan yang direkrut melalui Agen Panel Dutch Flycatcher. Penelitian ini ditujukan untuk mengekspansi alat ukur Motives to Questionnaire (MGQ) oleh Beersma & Van Kleef, 2012 dengan menambahkan sub skala yang mengukur *emotion venting* (melampiaskan emosi) dimana merupakan keinginan untuk berbagi pengalaman yang menggugah emosi individu. Hasil analisis menunjukkan

bahwa kuesioner modifikasi yang dibuat berhasil mengukur lima motif yang diajukan dan dapat diterapkan di dalam penelitian-penelitian lainnya.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cruz, dkk terletak pada kerangka kerja penelitian. Cruz, dkk berfokus pada satu instrumen pengukuran motif bergosip tanpa adanya variabel bebas yang hendak diuji. Cruz, dkk melakukan modifikasi psikometri terhadap alat ukur yang sebelumnya telah ada. Pada penelitian ini, peneliti hendak melihat gambaran motif sosial bergosip pada subjek penelitian.

Penelitian berjudul "*Aggression as a Motive for Gossip During Conflict: The Role of Power, Social Value Orientation, and Counterpart's Behavior*" ditulis oleh Emile Jeuken, Bianca Beersma, Femke S. ten Velden dan Maria T. M. Dijkstra pada tahun 2015. Subjek merupakan 108 mahasiswa sarjana di salah satu universitas besar di Belanda. Hasil penelitian menunjukkan, saat partisipan memiliki kekuatan (*power*) yang tinggi, orientasi nilai sosial mereka akan menentukan apakah mereka akan melakukan gosip sebagai tindakan agresi tidak langsung terhadap lawan bicaranya. Saat bertemu dengan lawan bicara yang kompetitif, partisipan menunjukkan motivasi yang lebih tinggi untuk melakukan agresi tidak langsung melalui gosip daripada saat mereka menemui lawan bicara yang kooperatif.

Jeuken, dkk melakukan penelitian dengan berfokus pada agresi sebagai motif bergosip dan hubungannya dengan *power*, nilai sosial dan karakteristik lawan bicara. Perbedaan terdapat pada variabel yang

digunakan, dimana terdapat variabel bebas yang hendak diuji hubungannya dengan motif sosial bergosip, sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Jeuken, dkk juga menggunakan satu macam variabel terikat yaitu motif sebagai agresi atau *negative influence*, sedangkan penelitian kali ini menggunakan empat macam dari motif sosial bergosip yang dikemukakan oleh Beersma & Van Kleef pada tahun 2012.

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya pada konstruk, variabel dan subjek penelitian. Sehingga, penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan keasliannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Akgeyik, T. (2012). The multidimensionality of workplace gossip (a study on the perceptions of employees about gossip). *European Journal of Business Research*, 12(2), 49–55.
- Anggriany, (2006). *Motif Sosial Dan Kebermaknaan Hidup Remaja Pagaram.* Yogyakarta. Psikologika Nomor. 21. Tahun XI Januari 2006, 53-56.
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan Skala Psikologi. . Edisi II.* Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- Baumeister, R. F., ZHANG, L., & Vohs, K. D. (2004). Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, 8(2), 111-121.
- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186–3191.
- Beersma, B., & Van Kleef, G. A. (2011). How the grapevine keeps you in line: Gossip increases contributions to the group. *Social Psychological and Personality Science*, 2(6), 642-649.
- Beersma, B., & Van Kleef, G. A. (2012). Why people gossip: An empirical analysis of social motives, antecedents, and consequences. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(11), 2640-2670.
- Brady, D. L., Brown, D. J., and Liang, L. H. (2017). Moving beyond assumptions of deviance: the reconceptualization and measurement of workplace gossip. *J. Appl. Psychol.* 102, 1–25. doi: 10.1037/apl0000164
- Budiyanto, A. M. (2020). *Gambaran Motif Bergosip Pada Pria* (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Caivano, O., Isik, I., & Talwar, V. (2021). Can I trust you? Children's perceptions of friends and classmates who gossip. *Personal Relationships*, 28(3), 683-702.
- Campbell, D. T. (1975). On the conflict between biological and social evolution and between psychology and the moral tradition. *American Psychologist*, 30, 1103–1126.
- Cofer, C. N., & Appley, M. H. (1964). *Motivation: Theory and Research.* New York: Wiley and Sons.
- Davis, A. C., Dufort, C., Desrochers, J., Vaillancourt, T., & Arnocky, S. (2017). Gossip as an Intrasexual Competition Strategy: Sex Differences in Gossip

- Frequency, Content, and Attitudes. *Evolutionary Psychological Science*, 4(2), 141–153. doi:10.1007/s40806-017-0121-9
- Dawes, R. (1980). Social dilemmas. *Annual Review of Psychology*, 31, 169–193.
- Dores Cruz, T. D., Balliet, D., Sleebos, E., Beersma, B., Van Kleef, G. A., & Gallucci, M. (2019). Getting a grip on the grapevine: extension and factor structure of the motives to gossip questionnaire. *Frontiers in psychology*, 10, 1190.
- Dores Cruz, T. D., Beersma, B., Dijkstra, M., & Bechtoldt, M. N. (2019). The bright and dark side of gossip for cooperation in groups. *Frontiers in Psychology*, 1374.
- Dores Cruz, T. D., Nieper, A., Testori, M., Martinescu, E., & Beersma, B. (2020). An integrative definition and framework to study gossip [Preprint]. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/b8x57>
- Dores Cruz, T. D., van der Lee, R., & Beersma, B. (2021). Gossip about Coronavirus: infection status and norm adherence shape social responses. *Group Processes & Intergroup Relations*, 24(4), 658-679..
- Dunbar, R. I. (2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100–110. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.100>
- Edition, F. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders. *Am Psychiatric Assoc*, 21, 591-643.
- Emler, N. (1994). Gossip, reputation, and social adaptation. In R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Eds.), *Good gossip* (pp. 119–140). Lawrence, KS: University Press of Kansas.
- Enquist, M., & Leimar, O. (1993). The evolution of cooperation in mobile organisms. *Animal Behavior*, 45, 747–757
- Fonseca, M. A., & Peters, K. (2018). Will any gossip do? Gossip does not need to be perfectly accurate to promote trust. *Games and Economic Behavior*, 107, 253–281. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2017.09.015>
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of general psychology*, 8(2), 78-99.
- French, D. C., Jansen, E. A., & Pidada, S. (2002). United States and Indonesian children's and adolescents' reports of relational aggression by disliked peers. *Child development*, 73(4), 1143-1150.

- Georganta, K., Panagopoulou, E., & Montgomery, A. (2014). Talking behind their backs: Negative gossip and burnout in Hospitals. *Burnout Research*, 1(2), 76-81.
- Giardini, F., & Wittek, R. (2019). *The Oxford hand- book of gossip and reputation*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190494087.001.0001>
- Giardini F, Conte R. (2011) Gossip for social control in natural and artificial societies. *Simulation* 88, 18–32. (doi:10.1177/0037549711406912)
- Gluckman, M. (1963). Gossip and scandal. *Current Anthropology*, 4, 307–316.
- Golmaryami, F. N., & Barry, C. T. (2009). The associations of self-reported and peer-reported relational aggression with narcissism and self-esteem among adolescents in a residential setting. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 39(1), 128-133.
- Guala F. 2012 Reciprocity: weak or strong? What punishment experiments do (and do not) demonstrate. *Behav. Brain Sci.* 35, 1–15. (doi:10.2139/ssrn.1640616)
- Hafen, S. (1995), “The gossip web of organizational life”, PhD thesis.
- Halimah, S. (1998). Remaja dan peer group: Suatu kajian kasus mengenai kehidupan keluarga di perkotaan. Tesis. Program Studi Antropologi Program Pascasarjana Universitas Indonesia.
- Hartung, F. M., Krohn, C., & Pirschtat, M. (2019). Better than its reputation? Gossip and the reasons why we and individuals with “dark” personalities talk about others. *Frontiers in Psychology*, 1162.
- Hurlock, E. B. (1992). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (terjemahan: Istiwijayanti dan Soedjarwo). Jakarta: Erlangga.
- Jeuken, E., Beersma, B., ten Velden, F. S., & Dijkstra, M. T. (2015). Aggression as a motive for gossip during conflict: The role of power, social value orientation, and counterpart's behavior. *Negotiation and Conflict Management Research*, 8(3), 137-152.
- Kakar, U. M. (2013). *Workplace gossip as a way of coping with occupational stress*. State University of New York at Albany.
- Kniffin, K. M., & Wilson, D. S. (2010). Evolutionary perspectives on workplace gossip: Why and how gossip can serve groups. *Group & Organization Management*, 35(2), 150–176. <https://doi.org/10.1177/1059601109360390>

- Levin, J., & Arluke, A. (1985). An exploratory analysis of sex differences in gossip. *Sex Roles*, 12(3-4), 281–286. doi:10.1007/bf00287594
- Lindgren, H.C. 1973. *An Introduction To Social Psychology*. New Delhi: Wiley
- Liu, X. Y., Kwan, H. K., and Zhang, X. (2020). Introverts maintain creativity: a resource depletion model of negative workplace gossip. *Asia. Pac. J. Manage.* 37, 325–344. doi: 10.1007/s10490-018-9595-7
- Logli, M. A., Keltner, D., Campos, B., & Oveis, C. (2008). Gossip and reputation within social hierarchies. Manuscript in preparation.
- Lyons, M. T., & Hughes, S. (2015). Malicious mouths? The Dark Triad and motivations for gossip. *Personality and Individual Differences*, 78, 1-4.
- Martinescu, E., Jansen, W., and Beersma, B. (2021). Negative gossip decreases organizational citizenship behavior by decreasing social inclusion. a multi-method approach. *Group. Organ. Manage.* doi: 10.1177/1059601120986876. [Epub ahead of print].
- Martinescu, E., Janssen, O., and Nijstad, B. A. (2019). Self-evaluative and other-directed emotional and behavioral responses to gossip about the self. *Front. Psychol.* 9:2603. doi: 10.3389/fpsyg.2018.02603
- McAndrew, F. (2014). The ‘sword of a woman’: Gossip and female aggression. *Aggression and Violent Behaviour*, 19(3), 196–199. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2014.04.006>
- McAndrew, F. T., Bell, E. K., & Garcia, C. M. (2007). Who do we tell and whom do we tell on? Gossip as a strategy for status enhancement. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(7), 1562–1577. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2007.00227.x>
- McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. CUP Archive.
- Medini, G., & Rosenberg, E. H. (1976). Gossip and psychotherapy. *American Journal of Psychotherapy*, 30, 452–462
- Meinarno, E. A., & Suwartono, C. (2011). Explaining why we like gossip. *US-China Education Review*, 1(2), 300-307.
- Meinarno, E. A., Bagaskara, S., & Rosalina, M. P. K. (2011). Apakah Gosip Bisa Menjadi Kontrol Sosial?. *Jurnal Psikologi: PITUTUR*, 1(2), 78-85.
- Menzer, M. M., McDonald, K. L., Rubin, K. H., Rose-Krasnor, L., Booth-LaForce, C., & Schulz, A. (2012). Observed gossip moderates the link between anxious withdrawal and friendship quality in early adolescence. *International Journal of Developmental Science*, 6(3-4), 191-202.

- Michelson, G., & Mouly, S. (2000). Rumor and gossip in organizations: A conceptual study. *Management Decision*, 38(5), 339–346. <https://doi.org/10.1108/00251740010340508>
- Morreall, J. (1994). Gossip and humor. In R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Eds.), *Good gossip* (pp. 56–64). Lawrence, KS: University Press of Kansas.
- Nevid, J. S., Rathus S. A. & Greene B. (2009). *Psikologi abnormal*. Jakarta: Erlangga
- Nevo, O., Nevo, B., & Derech-Zehavi, A. (1993). The development of the tendency to gossip questionnaire: Construct and concurrent validation for a sample of Israeli college students. *Educational and Psychological Measurement*, 53(4), 973-981.
- Nicoll, D. (1994), “Acknowledge and use your grapevine”, *Management Decision*, Vol. 32 No. 6, pp. 25-30.
- Peters, K., & Fonseca, M. A. (2020). Truth, lies, and gossip. *Psychological Science Advance* online publication. <https://doi.org/10.1177/0956797620916708>
- Prinstein, M. J., Boergers, J., & Vernberg, E. M. (2001). Overt and relational aggression in adolescents: Social-psychological adjustment of aggressors and victims. *Journal of clinical child psychology*, 30(4), 479-491.
- Richardson, D. R., & Green, L.G. (1997). Circuitous harm: Determinants and consequences of non direct aggression. In R. Kowalski (Ed.), *Aversive interpersonal behaviors* (pp. 171–188). New York: Plenum.
- Rosnow, R. L. (1977). Gossip and marketplace psychology. *Journal of Communication*, 27, 158–163.
- Santrock, John W. (2007). *Adolescence*. 11th ed. Boston: McGraw Hill.
- Stiff, C. (2019). The dark triad and Facebook surveillance: How Machiavellianism, psychopathy, but not narcissism predict using Facebook to spy on others. *Computers in Human Behavior*, 94, 62-69.
- Stirling, R. B. (1956). Some psychological mechanisms operative in gossip. *Social Forces*, 34, 262–267.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. .

- Teevan R.C & Smith, B.D. 1967. *Motivation*. New York: McGraw Hill
- Van Dijk, E., & Wilke, H. (1999). Conditional contributions and public good provision: Perceptions, motives, and behavioral reactions. *Group Processes and Intergroup Relations*, 2, 245–258.
- Van Vugt, M. (2009). Averting the tragedy of the commons: Using social psychological science to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 18, 169–173.
- Von Rueden C. 2014 The roots and fruits of social status in small-scale human societies. In *The psychology of social status* (eds JT Cheng, JL Tracy, C Anderson), pp. 179–200. Berlin, Germany: Springer. (doi:10.1007/978-1-4939-0867-7\_9)
- Wang, Q., Hu, W., Ouyang, X., Chen, H., Qi, Y., & Jiang, Y. (2020). The relationship between negative school gossip and suicide intention in Chinese junior high school students: The mediating effect of academic burnout and gender difference. *Children and Youth Services Review*, 117, 105272.
- Watson, D. C. (2012). Gender differences in gossip and friendship. *Sex Roles*, 67, 494-502.
- Wert, S. R., & Salovey, P. (2004). Introduction to the special issue on gossip. *Review of General Psychology*, 8, 76–77.
- Wert, S. R., & Salovey, P. (2004). A social comparison account of gossip. *Review of General Psychology*, 8, 122–137. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.122>
- Widiyanti, W., Solehuddin, M., & Saomah, A. (2017). Profil perilaku narsisme remaja serta implikasinya bagi bimbingan dan konseling. *Indonesian Journal of Educational Counseling*, 1(1), 15-26.
- Wilson, D. S., Wilczynski, C., Wells, A., & Weiser, L. (2000). Gossip and other aspects of language as group-level adaptations. In C. Heyes & L. Huber (Eds.), *The evolution of cognition* (pp. 347–365). Cambridge, MA: MIT Press.
- Wu, L. Z., Birtch, T. A., Chiang, F. F., and Zhang, H. (2018). Perceptions of negative workplace gossip: a self-consistency theory framework. *J. Manage.* 44, 1873–1898. doi: 10.1177/0149206316632057
- Wu, X., Kwan, H. K., Wu, L. Z., and Ma, J. (2018). The effect of workplace negative gossip on employee proactive behavior in China: the moderating role of traditionality. *J. Bus. Ethics.* 148, 801–815. doi: 10.1007/s10551-015-3006-5

Zakiya, N., & Hariyadi, S. (2022). Nilai Budaya Kolektivisme dan Perilaku Aseritif pada Suku Jawa. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 11(2), 62-71.

Zong, B., Xu, S., Zhang, L., & Qu, J. (2021). Dealing with negative workplace gossip: From the perspective of face. *Frontiers in Psychology*