



FUTURE SCIENCE

PSIKOLOGI MASSA

Editor : Syahnur Rahman, M.Si.

Penulis :

Loso Judijanto | Rahmat S. Bintang | Sinta Fanisa | Qisthina Aulia
Azka Rahmawati | A. Nur Aulia Saudi | Puji Rahayu | Mir Atul Azima
Nurfitriany Fakhri | Septiana Trisnawati | Fa'ila Ulfa Zahrotul Firdausy
Muhammad Shidiq Al Aziiz | Irdianti | Inda Puspita Sari
Naftalen Koanda | Muhrajan Piara | Fahmushofa Rosyada



PSIKOLOGI MASSA

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PSIKOLOGI MASSA

Penulis:

Loso Judijanto
Rahmat S. Bintang
Sinta Fanisa
Qisthina Aulia
Azka Rahmawati
A. Nur Aulia Saudi
Puji Rahayu
Mir Atul Azima
Nurfitriany Fakhri
Septiana Trisnawati
Fa'ila Ulfa Zahrotul Firdausy
Muhammad Shidiq Al Aziiz
Irdianti
Inda Puspita Sari
Naftalen Koanda
Muhrajan Piara
Fahmushofa Rosyada

Editor:

Syahnur Rahman, M.Si.



PSIKOLOGI MASSA

Penulis:

Loso Judijanto
Rahmat S. Bintang
Sinta Fanisa
Qisthina Aulia
Azka Rahmawati
A. Nur Aulia Saudi
Puji Rahayu
Mir Atul Azima
Nurfitriany Fakhri
Septiana Trisnawati
Fa'ila Ulfa Zahrotul Firdausy
Muhammad Shidiq Al Aziiz
Irdianti
Inda Puspita Sari
Naftalen Koanda
Muhrajan Piara
Fahmushofa Rosyada

Editor: Syahnur Rahman, M.Si.

Desain Cover: Nada Kurnia, S.I.Kom.

Tata Letak: Samuel, S.Kom.

Ukuran: A5 Unesco (15,5 x 23 cm)

Halaman: xiv, 297

e-ISBN: 978-634-7216-69-4

Terbit Pada: Agustus 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Future Science Publisher

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT FUTURE SCIENCE
(CV. FUTURE SCIENCE)**

Anggota IKAPI (348/JTI/2022)

Jl. Terusan Surabaya Gang 1 A No. 71 RT 002 RW 005, Kel. Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota
Malang, Provinsi Jawa Timur.
www.futuresciencepress.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan karunia, kekuatan, dan kesehatan yang telah diberikan sehingga buku Psikologi Massa ini bisa terselesaikan. Shalawat dan salam juga dipersembahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pemberi syafaat pada hari kiamat kelak. Penulisan buku Psikologi Massa ini dibuat sebagai bahan acuan dan pembelajaran bagi para akademisi, peneliti, mahasiswa maupun umum yang ingin mendalami ilmu Psikologi Massa.

Psikologi Massa adalah cabang ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam kelompok, terutama dalam situasi yang tidak terstruktur dan sementara. Fokusnya adalah pada interaksi sosial dalam kelompok tersebut dan bagaimana individu dipengaruhi oleh kerumunan. Ilmu ini mencoba memahami bagaimana psikologi massa berbeda dari psikologi individu, serta bagaimana massa dapat bertindak secara kolektif, baik secara konstruktif maupun destruktif.

Buku ini berisi uraian dan pembahasan yang mencakup materi tentang : Pengertian Psikologi Massa, Sejarah, Teori, Kerumunan, Karakteristik Perilaku Massa, Komunikasi Massa, Dinamika Massa, Sifat dan Jenis Massa, Kepemimpinan dalam Massa, Mobilisasi Massa, Ego Massa, Propaganda, Kekerasan Massa, Resolusi Konflik, Strategi Pengendalian Massa, Hubungan Perilaku Massa dengan Agresi, Penerapan Psikologi Massa dalam Negosiasi.

Semoga buku ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan kita dan bermanfaat bagi kita semua.

Malang, Juni 2025

Editor

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENGANTAR PSIKOLOGI MASSA	1
Loso Judijanto	1
PENDAHULUAN	1
KONSEP DASAR PSIKOLOGI MASSA DAN PERANNYA DALAM MASYARAKAT	7
RUANG LINGKUP PSIKOLOGI MASSA DAN PENERAPANNYA DALAM DINAMIKA SOSIAL	13
KESIMPULAN.....	20
BAB 2 SEJARAH PSIKOLOGI MASSA	25
Rahmat S. Bintang	25
PENDAHULUAN	25
PSIKOLOGI MASSA DI ABAD KE-19: PERKEMBANGAN PERTAMA DALAM PSIKOLOGI SOSIAL DAN MASSA	26
PERKEMBANGAN AWAL PSIKOLOGI MASSA	27
PERKEMBANGAN TEORI PSIKOLOGI MASSA DI ABAD KE-20	30
TEORI MOBILISASI KOLEKTIF	30
TEORI PENGARUH SOSIAL DAN IDENTITAS SOSIAL	30
SEJARAH PERKEMBANGAN PSIKOLOGI DI INDONESIA.....	31
PENGARUH KOLONIALISME TERHADAP PSIKOLOGI MASSA.....	32

	PERKEMBANGAN PSIKOLOGI MASSA DI INDONESIA SETELAH KEMERDEKAAN	33
	PENGARUH MEDIA DALAM PSIKOLOGI MASSA DI INDONESIA	34
	PSIKOLOGI MASSA DI ERA REFORMASI DAN DIGITALISASI	35
	KESIMPULAN	35
BAB 3	PSIKOLOGI MASSA	39
	Sinta Fanisa	39
	PENDAHULUAN	39
	PENGERTIAN PSIKOLOGI MASSA	40
	TEORI PSIKOLOGI MASSA	41
	KONSEP PSIKOLOGI MASSA	45
	PENERAPAN TEORI PSIKOLOGI MASSA	46
	KESIMPULAN	49
BAB 4	KERUMUNAN	53
	Qisthina Aulia	53
	PENDAHULUAN	53
	KONSEP KERUMUNAN (CROWDS)	53
	BEBERAPA TEORI TENTANG KERUMUNAN	54
	TRANSFORMASI IDENTITAS DAN MUNCULNYA KONFLIK DALAM KERUMUNAN	61
	KESIMPULAN	63
BAB 5	KARAKTERISTIK PERILAKU MASSA	67
	Azka Rahmawati	67
	PENDAHULUAN	67

PENGERTIAN PERILAKU	68
JENIS PERILAKU	69
PEMBENTUKAN PERILAKU.....	69
PENGERTIAN MASSA.....	70
KARAKTERISTIK PERILAKU MASSA	71
FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB TERJADINYA PERILAKU MASSA	73
TEORI PERILAKU MASSA	74
JENIS-JENIS PERILAKU MASSA.....	76
KESIMPULAN.....	77
BAB 6 KOMUNIKASI MASSA	81
A. Nur Aulia Saudi	81
PENDAHULUAN	81
PERKEMBANGAN PSIKOLOGI MASSA DARI MASA KE MADA	83
KRITERIA KOMUNIKASI MASSA	83
ETIKA KOMUNIKASI MASSA	84
PENDEKATAN USES AND GRATIFICATIONS	84
DAMPAK KOMUNIKASI MASSA.....	85
KONSEP KEPUASAN PENGGUNA KOMUNIKASI MASSA.....	86
KEPUASAN PENGGUNA MEDIA MASSA DI ZAMAN MODERN	86
PERKEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI MASSA MENUJU KOMUNIKASI DGITAL.....	87
MEMAHAMI INTERAKSI DAN PERILAKU MANUSIA DALAM DUNIA DIGITAL.....	89

	KECANDUAN GAME ONLINE.....	89
	PERILAKU KONSUMTIF.....	89
	SOCIAL COMPARISON	91
	CYBERBULLYING	91
	PLAGIARISME.....	92
	PINJAMAN ONLINE DAN JUDI ONLINE	93
	KESIMPULAN	94
BAB 7	DINAMIKA PSIKOLOGI MASSA	99
	Puji Rahayu.....	99
	PENDAHULUAN	99
	DAMPAK PSIKOLOGI MASSA.....	100
	KARAKTERISTIK MASSA	102
	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DINAMIKA MASSA	103
	DAMPAK PSIKOLOGIS PADA INDIVIDU DALAM MASSA.....	103
	DAMPAK SOSIAL DARI MASSA.....	104
	STUDI KASUS PSIKOLOGI MASSA.....	104
	MENGELOLA MASSA SECARA EFEKTIF	107
	KESIMPULAN.....	107
BAB 8	PSIKOLOGI MASSA SIFAT DAN JENIS MASSA	111
	Mir Atul Azima.....	111
	PENDAHULUAN	111
	JENIS MASSA	113
	SIFAT MASSA.....	116
	KESIMPULAN.....	121

BAB 9	KEPEMIMPINAN DALAM MASSA.....	125
	Nurfitriany Fakhri	125
	PENDAHULUAN	125
	FONDASI TEORETIS KEPEMIMPINAN MASSA	126
	KARAKTERISTIK PSIKOLOGIS PEMIMPIN MASSA	130
	KUALITAS YANG MEMBANGUN LOYALITAS MASSA.....	131
	DINAMIKA PSIKOLOGIS ANTARA PEMIMPIN DAN MASSA.....	141
	KESIMPULAN.....	147
BAB 10	MOBILISASI MASSA.....	159
	Septiana Trisnawati.....	159
	PENDAHULUAN	159
	PENGERTIAN MOBILISASI MASSA.....	161
	MOBILISASI MASSA DALAM ERA NETWORK SOCIETY.....	164
	MOBILISASI MASSA UNTUK GERAKAN SOSIAL ..	168
	KESIMPULAN.....	169
BAB 11	EGO MASSA	173
	Fa'ila Ulfa Zahrotul Firdausy	173
	PENDAHULUAN	173
	PENGERTIAN EGO MASSA	176
	SEJARAH DAN PERKEMBANGAN EGO MASSA	178
	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TERBENTUKNYA EGO MASSA	179
	DAMPAK EGO MASSA DALAM MASYARAKAT	181
	REFLEKSI EGO MASSA.....	183

KESIMPULAN.....	186
BAB 12 PROPAGANDA	191
Muhammad Shidiq Al Aziiz	191
PENDAHULUAN	191
PENGERTIAN DAN SEJARAH PROPAGANDA	192
JENIS DAN TEKNIK PROPAGANDA	193
SOFT PROPAGANDA: MANIPULASI YANG HALUS	193
PROPAGANDA DALAM ERA DIGITAL DAN ALGORITMA.....	194
PERSONALISASI ALGORITMIK DAN TANTANGAN LITERASI.....	195
STUDI KASUS: PROPAGANDA DI CHINA.....	195
KRITIK FILSAFAT TERHADAP PROPAGANDA	195
IMPLIKASI SOSIAL DAN POLITIK PROPAGANDA .	196
PROPAGANDA DAN PEMBENTUKAN IDENTITAS KOLEKTIF	197
PROPAGANDA DAN TEKNOLOGI INFORMASI.....	197
PROPAGANDA DAN DISINFORMASI DI ERA POST- TRUTH	198
SOFT PROPAGANDA DAN ESTETIKA POPULER	198
TANTANGAN LITERASI MEDIA DAN SOLUSI PENDIDIKAN	199
DIMENSI ETIS DAN FILSAFAT PROPAGANDA	200
PROPAGANDA DAN PSIKOLOGI MASSA	201
PROPAGANDA SEBAGAI PERANGKAT KEBUDAYAAN	202
KESIMPULAN.....	202

BAB 13	KEKERASAN MASSA.....	205
	Irdianti.....	205
	PENDAHULUAN	205
	DEFINISI DAN KARAKTERISTIK KEKERASAN MASSA.....	207
	FAKTOR PSIKOLOGIS PENYEBAB KEKERASAN MASSA.....	211
	PERAN MEDIA DAN TEKNOLOGI DALAM KEKERASAN MASSA.....	220
	DAMPAK KEKERASAN MASSA	222
	STRATEGI PENCEGAHAN DAN INTERVENSI KEKERASAN MASSA.....	223
	KESIMPULAN.....	225
BAB 14	RESOLUSI KONFLIK.....	231
	Inda Puspita Sari	231
	PENDAHULUAN	231
	KONFLIK	232
	RESOLUSI KONFLIK.....	234
	KESIMPULAN.....	248
BAB 15	STRATEGI PENGENDALIAN MASSA DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI MASSA.....	251
	Naftalen Koanda	251
	PENDAHULUAN	251
	PSIKOLOGI MASSA DAN DINAMIKA KELOMPOK	255
	STRATEGI EFEKTIF DALAM PENGENDALIAN MASSA.....	258
	IMPLIKASI PSIKOLOGI MASSA TERHADAP KEBIJAKAN KEAMANAN.....	260

KESIMPULAN.....	263
BAB 16 PERAN PERILAKU MASSA DALAM PEMBENTUKAN DAN PENYEBARAN AGRESI KOLEKTIF	268
Muhrajan Piara.....	268
PENDAHULUAN	268
TEORI-TEORI PSIKOLOGI SOSIAL YANG MENDUKUNG PEMAHAMAN PERILAKU MASSA DAN AGRESI KOLEKTIF	269
MEKANISME PSIKOLOGIS PEMBENTUKAN AGRESI KOLEKTIF DALAM PERILAKU MASSA	272
FAKTOR KONTEKSTUAL PENDUKUNG DAN PENYEBARAN AGRESI KOLEKTIF	274
IMPLIKASI PRAKTIS DAN STRATEGI PENANGANAN.....	275
CONTOH KASUS RELEVAN: KERUSUHAN MASSA DI INDONESIA DAN KONTEKS GLOBAL	276
KESIMPULAN.....	278
BAB 17 PENERAPAN PSIKOLOGI MASSA DALAM NEGOSIASI.....	283
Fahmushofa Rosyada	283
PENDAHULUAN	283
KONSEP DASAR PSIKOLOGI MASSA.....	285
DINAMIKA NEGOSIASI.....	286
PENERAPAN PSIKOLOGI MASSA DALAM NEGOSIASI.....	288
TANTANGAN DAN RESIKO.....	292
KESIMPULAN.....	294

BAB 1

PENGANTAR PSIKOLOGI MASSA

Loso Judijanto
IPOSS, Jakarta
E-mail: losojudijantobumn@gmail.com

PENDAHULUAN

Psikologi massa merupakan bagian ilmu psikologi yang mempelajari perilaku, sikap, dan emosi kelompok besar atau massa dalam berbagai konteks sosial. Dengan meningkatnya keterhubungan dan kecepatan informasi dalam era digital, pemahaman tentang psikologi massa semakin penting. Psikologi massa tidak hanya memfokuskan perilaku individu dalam konteks sosial, tetapi juga pada dinamika kelompok lebih besar termasuk cara orang berinteraksi dan bereaksi terhadap isu tertentu yang mempengaruhi banyak orang sekaligus. Kajian psikologi massa ini penting untuk memahami fenomena sosial seperti protes, penyebaran informasi di media sosial, dan perubahan opini publik yang cepat.

Secara historis psikologi massa telah berkembang sejak akhir abad 19, ketika ahli mulai mempelajari fenomena kelompok dan cara kelompok mempengaruhi perilaku individu. Salah satu tokoh penting dalam perkembangan ini yaitu Gustave Le Bon yang menyusun "*The Crowd: A Study of the Popular Mind*" tahun 1895. Karya ini menyoroti fenomena massa dan bagaimana individu cenderung kehilangan identitas personal ketika menjadi bagian kerumunan atau kelompok besar sehingga lebih rentan terhadap pengaruh emosional kelompok tersebut. Pandangan ini kemudian menjadi landasan bagi para peneliti psikologi massa dalam memahami bagaimana individu berperilaku dalam kelompok besar (Turner and Killian, 2021).

Psikologi massa melalui kemajuan pesat pada beberapa dekade terkini, berubah menjadi studi yang semakin kompleks dan interdisipliner. Perkembangan ini terutama terlihat dalam fokus yang semakin luas pada perilaku kolektif yang melibatkan aspek sosial, politik, dan budaya. Psikologi massa tidak hanya mempelajari perilaku individu dalam konteks kelompok besar, tetapi juga bagaimana faktor eksternal seperti media, ekonomi, dan perubahan sosial mempengaruhi perilaku massa. Di era globalisasi studi ini lebih relevan karena masyarakat terhubung lebih erat melalui berbagai media yang mempermudah penyebaran informasi sekaligus mempengaruhi opini publik dan aksi kolektif dalam skala lebih luas.

Peran media massa dan media sosial membentuk psikologi massa menjadi semakin penting. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat yang mempengaruhi pandangan dan perilaku kolektif. Identitas sosial dan perasaan kebersamaan di antara kelompok tertentu dapat diperkuat melalui media yang memicu terbentuknya norma dan nilai bersama yang semakin kuat dalam suatu kelompok. Media sosial memberikan ruang bagi individu untuk saling berbagi pandangan, memperkuat identitas kelompok, dan mengarahkan reaksi terhadap isu tertentu. Hal ini terlihat dari fenomena viralitas di mana informasi tertentu tersebar cepat dan membentuk opini umum sehingga mempengaruhi keputusan dan tindakan kolektif masyarakat (Thompson and L., 2022).

Perkembangan teknologi digital terutama internet dan media sosial telah memperluas ruang lingkup psikologi massa dengan memasukkan interaksi virtual. Perilaku kolektif kini tidak lagi terbatas pada pertemuan fisik, melainkan mencakup interaksi yang terjadi dalam dunia maya di mana individu membentuk kelompok atau komunitas tanpa harus bertatap muka. Hal ini menciptakan fenomena baru seperti kohesi kelompok virtual di mana solidaritas dan identitas kelompok

berdampak pada masyarakat. Pemahaman psikologi massa semakin penting sejalan kemajuan digitalisasi yang menghubungkan individu seluruh dunia dalam kelompok besar yang berinteraksi dan membentuk dinamika sosial kompleks sehingga dapat mengelola perilaku kolektif positif dan mereduksi efek negatif dinamika massa masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Barrera, M. and Vicario, J. (2023) 'Public perception and behavior in crisis: A psychological approach', *Journal of Social Psychology*, 34(2), pp. 198–214.
- Costa, R. (2023) 'Consumer behavior and mass psychology: Marketing strategies in digital age', *Journal of Marketing Psychology*, 41(4), pp. 477–493.
- Garcia, M. and Flores, R. (2023) 'Social contagion on digital platforms: The dynamics of public opinion', *Journal of Digital Psychology*, 24(2), pp. 98–115.
- Gonzales, P. and Lee, K. (2022) 'The impact of group dynamics in educational settings', *Journal of Educational Psychology*, 15(3), pp. 201–216.
- Johnson, M. and Levine, S. (2022) 'Groupthink and decision-making in political organizations', *Journal of Group Dynamics*, 38(4), pp. 229–244.
- Kim, S. and Jung, H. (2022) 'Deindividuation and collective behavior in social protests', *Journal of Collective Behavior*, 19(1), pp. 99–115.
- Lambert, N. and Stuart, M. (2022) 'Group dynamics in education: Psychological perspectives', *Journal of Educational Psychology*, 44(3), pp. 236–250.
- Liao, Y. and Smith, A. (2021) 'Pandemic behavior and public psychology: Collective response during COVID-19', *Journal of Health Psychology*, 46(5), pp. 521–532.
- Lopez, L. and Hernandez, E. (2022) 'Mass behavior and public

- policy: Strategies for effective social management', *Journal of Public Policy Studies*, 29(3), pp. 139–158.
- Morgan, B. and Oster, M. (2022) 'Leadership and collective behavior: Political mobilization in the digital era', *Journal of Political Psychology*, 39(1), pp. 172–189.
- Muller, P. and Steckler, F. (2021) 'Mass psychology and crisis response: A behavioral approach', *Journal of Social Behavior Studies*, 46(2), pp. 317–329.
- Nguyen, T. and Li, X. (2021) 'Behavioral finance and mass psychology in economic trends', *Journal of Financial Psychology*, 25(3), pp. 245–262.
- Santos, V. (2021) 'The power of social media influencers in shaping public behavior', *Journal of Popular Culture Studies*, 13(4), pp. 251–272.
- Smith, J. and Postmes, T. (2020) 'Social identity in large groups: Implications for collective behavior', *Journal of Group Dynamics*, 15(3), pp. 256–271.
- Takemura, Y. (2022) 'The role of propaganda in public opinion formation', *Journal of Media Psychology*, 49(4), pp. 501–522.
- Thompson, G. and L. (2022) 'Mass psychology and the impact of social media', *Journal of Contemporary Psychology*, 55(3), pp. 295–307.
- Turner, R.H. and Killian, L.M. (2021) 'Collective behavior: Psychological and social approaches', *Journal of Social Movements*, 40(1), pp. 102–123.
- Wang, Y. and Kim, H. (2023) 'Public health campaigns and mass psychology: The impact on collective behavior', *Journal of Health Communication*, 50(1), pp. 62–78.

PROFIL PENULIS



Loso Judijanto

Penulis adalah peneliti yang bekerja pada lembaga penelitian IPOSS Jakarta. Penulis dilahirkan di Magetan pada tanggal 19 Januari 1971. Penulis menamatkan pendidikan *Master of Statistics* di *the University of New South Wales*, Sydney, Australia pada tahun 1998 dengan dukungan beasiswa ADCOS (*Australian Development Cooperation Scholarship*) dari Australia. Sebelumnya penulis menyelesaikan Magister Manajemen di Universitas Indonesia pada tahun 1995 dengan dukungan beasiswa dari Bank Internasional Indonesia. Pendidikan sarjana diselesaikan di Institut Pertanian Bogor pada Jurusan Statistika – FMIPA pada tahun 1993 dengan dukungan beasiswa dari KPS-Pertamina. Penulis menamatkan Pendidikan dasar hingga SMA di Maospati, Sepanjang karirnya, Penulis pernah ditugaskan untuk menjadi anggota Dewan Komisaris dan/atau Komite Audit pada beberapa perusahaan/lembaga yang bergerak di berbagai sektor antara lain pengelolaan pelabuhan laut, telekomunikasi seluler, perbankan, pengembangan infrastruktur, sekuritas, pembiayaan infrastruktur, perkebunan, pertambangan batu bara, properti dan rekreasi, dan pengelolaan dana perkebunan. Penulis memiliki minat dalam riset di bidang kebijakan publik, ekonomi, keuangan, *human capital*, dan *corporate governance*.

BAB 2

SEJARAH PSIKOLOGI MASSA

Rahmat S. Bintang
Fakultas Psikologi Universitas Bosowa, Makassar, Indonesia
E-mail: rahmatsbintang@universitasbosowa.ac.id

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sosial, manusia jarang berperilaku sepenuhnya sebagai individu yang terpisah. Sebaliknya, mereka kerap menjadi bagian dari kelompok, komunitas, hingga massa yang besar. Ketika itu terjadi, cara berpikir, merasakan, dan bertindak sering kali berubah secara signifikan. Fenomena ini menjadi fokus kajian cabang ilmu yang dikenal sebagai psikologi massa. Psikologi massa mempelajari bagaimana individu yang tergabung dalam kelompok besar berinteraksi, serta bagaimana perilaku dan pola pikir mereka dipengaruhi oleh keberadaan massa tersebut. Tidak jarang, perilaku individu dalam massa sangat berbeda jika dibandingkan dengan saat mereka bertindak sendirian. Massa memiliki kekuatan yang mampu mengubah dinamika sosial, membentuk opini publik, memicu gerakan revolusioner, hingga mempengaruhi jalannya sejarah.

Psikologi massa adalah cabang dari psikologi yang mempelajari perilaku individu dalam kerumunan atau kelompok besar. Psikologi massa berfokus pada bagaimana perilaku, emosi, dan reaksi individu dipengaruhi oleh keberadaan mereka dalam situasi sosial yang melibatkan banyak orang, dibandingkan dengan pengaruh yang ada ketika individu berada dalam konteks yang lebih kecil atau lebih pribadi. Berbeda dengan psikologi individu yang mengutamakan pemahaman tentang motivasi, perilaku, dan kognisi individu dalam

pengaturan satu orang, psikologi massa lebih mengarah pada fenomena yang muncul ketika banyak individu bertindak dalam satu kesatuan sosial. Hal ini melibatkan aspek psikologis yang muncul dalam kerumunan, demonstrasi besar, pergerakan sosial, serta perilaku kelompok.

Dalam psikologi massa, sebuah kelompok besar seringkali berfungsi dengan cara yang berbeda daripada yang bisa diprediksi dari perilaku individu. Faktor sosial seperti norma kelompok, dinamika kekuasaan, dan tekanan kelompok bisa menghasilkan perilaku yang lebih ekstrem atau berbeda dari apa yang biasanya ditunjukkan oleh individu ketika mereka bertindak sendirian. Beberapa karakteristik massa yang membedakannya dari kelompok kecil adalah:

- Anonimitas: Individu dalam massa cenderung merasa anonim sehingga merasa lebih bebas bertindak tanpa mempertimbangkan konsekuensi pribadi.
- Sugesti: Massa sangat rentan terhadap pengaruh dari pemimpin atau stimuli tertentu, sehingga dapat menunjukkan perilaku yang impulsif dan emosional.
- Kesamaan Emosi: Massa biasanya menunjukkan kesamaan dalam emosi dan tujuan yang mengikat mereka bersama, misalnya kemarahan dalam demonstrasi atau semangat dalam perayaan.
- Kehilangan Kontrol Diri: Individu dalam massa sering mengalami deindividuasi, yaitu kehilangan kesadaran diri yang biasa membuat mereka bertindak lebih irasional dan agresif.

PSIKOLOGI MASSA DI ABAD KE-19: PERKEMBANGAN PERTAMA DALAM PSIKOLOGI SOSIAL DAN MASSA

Psikologi massa sebagai cabang ilmu psikologi mulai berkembang pada abad ke-19, meskipun gagasan tentang

DAFTAR PUSTAKA

- Budiardjo, M. (2006). *Pengantar ilmu politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Boonstra, Jos. (1984). The Role of Mass Psychology in Indonesian Politics. *Journal of Southeast Asian Studies*, 15 (1), 45-60.
- Diani, M. (1992). The concept of social movement. *Sociological Review*, 40(1), 1-25.
- Drury, J., & Reicher, S. (2000). Collective action and psychological change: The emergence of new social identities. *The Journal of Social Issues*, 56(3), 503-518.
- Freud, S. (1921). *Group Psychology and the Analysis of the Ego*. Hogarth Press.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). *Growing up with television: The cultivation perspective*. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Handayani, Rini. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Psikologi Massa di Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 10 (2), 150-165.
- Karim, M. (2007). *Media, Politics, and Society in Indonesia: The Role of Mass Psychology*. Gadjah Mada University Press.
- Kuncoro, M., & Mahendra, I. W. (2012). Media sosial dalam pembentukan opini publik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 55-68.
- Le Bon, G. (1895). *The crowd: A study of the popular mind*. Dover Publications.
- Marcuse, H. (1964). *One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Beacon Press.
- Moscovici, S. (1985). *Social influence and social change*. Springer-Verlag.

- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). "Social identity, social influence and social change". *British Journal of Social Psychology*, 37(1), 1-16.
- Rahardjo, S. (2005). *Psikologi sosial: Kajian teori dan aplikasinya di indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reicher, S. D., Spears, R., & Haslam, S. A. (2010). *The social identity approach to mass collective behavior*. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of Theories of Social Psychology*. Sage Publications.
- Soemardjan, S., & Soemardi, S. (1982). *Social Changes in Indonesia*. PT Gramedia
- Suryadinata, L. (2003). *Media and politics in Indonesia: An overview of contemporary issues*. Indonesia's Center for Strategic and International Studies (CSIS).
- Turner, J. C., & Killian, L. M. (1987). *Collective behavior*. Prentice Hall.

PROFIL PENULIS



Rahmat S. Bintang, S.Psi., M.Psi.,

Lahir 02 November di Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan. Memperoleh gelar Sarjana Psikologi dari Universitas Negeri Makassar tahun 2017. Kemudian melanjutkan pendidikan Magister di Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2020 dan menyelesaikan studinya Tahun 2022. Ia juga merupakan awardee Beasiswa Unggulan (on-going) Tahun 2021. Saat ini, ia merupakan Dosen di Universitas Bosowa sejak Tahun 2023. Selain aktivitas mengajar, ia juga aktif menulis buku dan artikel. Beberapa karyanya di antaranya chapter buku *Penelitian Mutakhir Psikometrika Modern dan Psikometrika: Teori dan Aplikasi Dalam Pengukuran Psikologi Kontemporer*. Selain itu, aktif juga dalam penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal nasional dan internasional bereputasi.

BAB 3

PSIKOLOGI MASSA

Sinta Fanisa
UIN Raden Mas Said, Surakarta
E-mail: sintafanisa108@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam ilmu psikologi, psikologi massa merupakan cabang ilmu yang membahas mengenai perilaku, pandangan dan juga konflik pada kelompok besar yang sering disebut dengan massa. Konsep psikologi massa ini pertama kali dicetuskan oleh Gustave Le Bon, yang sekarang dikenal dengan sebutan “Bapak Psikologi Massa”. Gustave Le Bon menjelaskan bahwa sekumpulan orang yang besar atau kelompok memiliki karakteristik yang sangat unik dan berbeda dari individu lainnya. Seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap perilaku kolektif pada Masyarakat modern pada pertengahan abad 19 menyebabkan psikologi massa mengalami perkembangan. Dalam bukunya *The Crowd: A Study of the Popular Mind*, Le Bon menjelaskan bahwa individu hilangnya rasa tanggung jawab pribadi dan munculnya perilaku kolektif yang dipicu oleh emosi.

Penyebaran informasi yang begitu cepat dan dengan mudahnya mendapatkan informasi melalui media sosial membuat perkembangan psikologi menjadi relevan dengan perkembangan saat ini. Penyebaran informasi yang cepat dan mudah dapat mempengaruhi perilaku massa secara umum. (Rabbani, 2022) Le Bon memaparkan bahwa untuk memahami fenomena massa ini, ia menjelaskan bahwa individu dalam massa itu mengalami krisis identitas pribadi dan juga bertindak secara emosi. Sementara itu, Freud mengaitkan perilaku massa

dengan dinamika bawah sadar individu yang dipengaruhi oleh pemimpin massa. Dengan mempelajari dan memahami teori-teori psikologi massa diharapkan dapat menganalisis bagaimana massa itu mampu menjadi power yang membangun maupun merusak dalam Masyarakat. bagi kita untuk memahami teori-teori psikologi massa dalam kehidupan moderen ini.

PENGERTIAN PSIKOLOGI MASSA

Sebelum masuk pada teori psikologi massa mari kita pahami terlebih mengenai pengertian Psikologi dan Massa. Psikologi berasal dari dua kata yaitu "*psyche*" yang memiliki makna jiwa atau nyawa, "*logos*" yang artinya ilmu pengetahuan atau hal yang mempelajari tentang jiwa.

Sehingga secara istilah psikologi dapat artikan sebagai ilmu yang membahas dan mempelajari mengenai jiwa atau diri baik dari segi gejala maupun proses yang dialami oleh individu. (Rahayu, 2012) Sehingga bisa diartikan psikologi adalah suatu ilmu yang membahas dan mempelajari mengenai tingkah laku individu pada lingkungannya, sebab tingkah laku merupakan bentuk nyata dari fungsi psikis yang dapat dilihat dan diatur. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Wade, Carole & Travis, Carol bahwa Psikologi dapat diartikan sebagai disiplin ilmu yang terfokus kepada perilaku dan proses mental serta bagaimana perilaku dan proses mental itu mendapat pengaruh dari mental dan lingkungannya sendiri. (Laura, 2013)

Sedangkan massa adalah sekumpulan individu yang banyak pada waktu, tempat dan memiliki tujuan yang sama, massa memiliki sifat sementara dan tidak selamanya. Kata massa muncul dengan adanya perkembangan pada Masyarakat yang mengarah pada pola kehidupan yang maju. Dari hal diatas dapat disimpulkan bahwa massa adalah sebuah karakteristik yang khas dari Masyarakat yang maju, pada umumnya mereka berlokasi di perkotaan, karakteristik masa yang paling terlihat adalah

akan “menghilangkan” jati dirinya dan kemudian menyatu dalam jiwa massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthur, M. M. L. (2013). *Teori Norma yang Muncul*. Perpustakaan Online Wiley. https://onlinelibrary-wiley.com.translate.google/doi/10.1002/9780470674871.wbespm432?cookieSet=1&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge
- Harisson, M. (1988). *Crowds and History-Mass Phenomena In English Towns (1790-1835)*. Cambiridge University Press.
- Imam, M. (2002). *Kepemimpinan Dan Keorganisasian*. UII Press.
- Laura, A. K. (2013). *Psikologi Umum*. Penerbit Salemba Humanika.
- Rabbani, A. (2022). *Psikologi Massa: Pengertian, Konsep, dan Penerapannya*. Sosial79 Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Teknologi. <https://www.sosial79.com/2022/10/psikologi-massa-pengertian-konsep-dan.html>
- Rahayu, A. (2012). *Psikologi Umum*. Dd Publishing.
- Sosial, S. dan. (2023). *Mengetahui Contoh Massa dalam Sosiologi dan Penjelasannya*. [Https://Kumparan.Com/.https://kumparan.com/sejarah-dan-sosial/mengetahui-contoh-massa-dalam-sosiologi-dan-penjasannya-20dgT1pseQ6/full](https://kumparan.Com/.https://kumparan.com/sejarah-dan-sosial/mengetahui-contoh-massa-dalam-sosiologi-dan-penjasannya-20dgT1pseQ6/full)
- Suharyanto Arby. (2024). *Teori Psikologi Massa*. Dosenpsikologi. <https://dosenpsikologi.com/teori-psikologi>
- Suryanto. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Wikipedia. (2024). *Psikologi massa*. Wikipedia Ensiklopedia Bebas. https://id.wikipedia.org/wiki/Psikologi_massa

PROFIL PENULIS



Sinta Fanisa

Lahir di Klaten, 9 Juli 2001, berkebangsaan Indonesia serta beragama Islam, penulis lulus dari Pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2012, lalu melanjutkan ke MTs Negeri 4 Klaten dan lulus pada tahun 2014, setelah itu penulis menempuh Pendidikan Kejuruan di SMKN 1 Juwiring dan lulus pada tahun 2019, kemudian melanjutkan studi S1 di UIN Raden Mas Said Surakarta dengan jurusan Pendidikan Agama Islam dan lulus pada tahun 2023, lalu penulis mengajar disalah satu SDIT selama satu tahun dan pada tahun 2024 Penulis melanjutkan Studi S2 di Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta dengan jurusan Pendidikan Agama Islam. Beberapa karya penulis dapat dilihat di beberapa situs kepenulisan.

BAB 4

KERUMUNAN

Qisthina Aulia
Politeknik Pengayoman Indonesia, Depok
E-mail: qisthina.aulia@gmail.com

PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas tentang kerumunan atau *crowds*. Kerumunan memiliki hubungan yang erat dengan psikologi massa yang dapat dipahami melalui berbagai teori dan penelitian dalam psikologi sosial. Kerumunan seringkali membuat individu mengalami perubahan dalam perilaku dan pemikiran yang mengarah pada perilaku kolektif tidak terduga. Kerumunan juga dapat membuat individu kehilangan identitas pribadi sehingga individu menjadi lebih terpengaruh oleh norma dan emosi kelompok. Dalam proses tersebut, kerumunan seringkali dipicu oleh faktor-faktor seperti anonimitas, deindividuasi serta identitas kolektif. Misalnya saja ketika individu merasa tidak dikenali dalam kerumunan maka mereka akan cenderung lebih mudah terpengaruh oleh tindakan dan emosi orang lain sehingga perilakunya dapat mengarah pada perilaku yang ekstrim seperti agresi. Kerumunan merupakan fenomena psikologis yang kompleks sehingga pemahaman tentang dinamika ini penting untuk diketahui dalam konteks psikologi massa.

KONSEP KERUMUNAN (*CROWDS*)

Konsep “crowds” yang berarti kerumunan dalam sudut pandang psikologi bukan hanya sekumpulan dua orang atau lebih tapi juga sekelompok orang yang mengalami nasib yang sama, atau hidup berdampingan dalam suatu struktur sosial atau berinteraksi secara tatap muka. Kerumunan dapat bersifat

sementara atau permanen keberadaannya. Reicher dan Drury (2011, dalam Drury 2014) membedakan antara “psychological crowds” dan “physical crowds” untuk memahami perbedaan antara kerumunan yang terbentuk karena kelompok orang yang hanya hadir bersama di ruang fisik yang serupa dengan kelompok orang yang juga bersama-sama dalam arti psikologis (Teo, 2014). Dalam “psychological crowds”, individu di dalamnya mendefinisikan diri mereka sendiri berdasarkan kategori sosial yang sama, atau dengan kata lain berbagi identitas sosial. Identitas sosial yang dimiliki bersama ini memungkinkan menjadi pemicu munculnya perilaku kolektif, baik dalam konflik kolektif maupun dalam berbagai kejadian genting massal. Beberapa karakteristik yang dihasilkan dalam kerumunan akibat dari berbagi identitas sosial ini adalah individu yang kehilangan tanggung jawab moral, impulsif, mudah percaya, berlebihan, intoleransi, memiliki ketaatan yang buta kepada pemimpin kerumunan, serta emosional (Martin, 2006.).

Definisi yang lebih sederhana dan komprehensif juga dijelaskan oleh Brown & Pehrson (2020). Kerumunan adalah dua orang atau lebih yang memiliki identitas sosial yang sama serta memiliki kondisi mental khusus atau yang biasa disebut dengan pikiran kerumunan (*crowd-mind*) (Brown & Pehrson, 2020; Martin, 2006.). *Crowd-mind* membuat sentimen dan ide dari semua individu dalam kerumunan tersebut menjadi satu arah yang sama, kepribadian yang sadar juga lenyap sehingga muncul pikiran kolektif. Oleh karena itu konsep kerumunan seringkali dilihat dalam perspektif perilaku kolektif.

BEBERAPA TEORI TENTANG KERUMUNAN

Gustave Le Bon dalam bukunya “The Crowd: A Study of the Popular Mind” (1985) mendefinisikan kerumunan sebagai entitas kolektif yang memicu munculnya perilaku berbeda dari

- Dafa, A. M., & Noorrizki, R. D. (2022). Perilaku Agresi Suporter Sepak Bola di Indonesia Ditinjau dari Contagion Theory. *Flourishing Journal*, 2(5), 338–347. <https://doi.org/10.17977/um070v2i52022p338-347>
- Dezecache, G. (2015). Human collective reactions to threat. *WIREs Cognitive Science*, 6(3), 209–219. <https://doi.org/10.1002/wcs.1344>
- Diener, E. (1979). Deindividuation, Self-Awareness, and Disinhibition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1160–1171. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.7.1160>
- Drury, J., & Reicher, S. (1999). The Intergroup Dynamics of Collective Empowerment: Substantiating the Social Identity Model of Crowd Behavior. *Group Processes & Intergroup Relations*, 2(4), 381–402. <https://doi.org/10.1177/1368430299024005>
- García-García, J. (2015). After the Great War: Nationalism, Degenerationism and Mass Psychology. *Journal of Social and Political Psychology*, 3(1), 103–123. <https://doi.org/10.5964/jspp.v3i1.371>
- Ibrahim, Y., & Hassan, R. (2017). A revolutionary crowd model: Implemented to contrast oscillating to consistent media influence on crowd behavior. *SIMULATION*, 93(11), 951–971. <https://doi.org/10.1177/0037549717702722>
- Le Bon, G. (2002). *The Crowd: A Study of the Popular Mind* (1st ed). Dover Publications, Incorporated.
- Martin, E. D. (2006). The Behavior of Crowds. *Harper & Brothers*.
- Reicher, S. (2011). Mass action and mundane reality: An argument for putting crowd analysis at the centre of the social sciences. *Contemporary Social Science*, 6(3), 433–449. <https://doi.org/10.1080/21582041.2011.619347>

- Reicher, S., Stott, C., Cronin, P., & Adang, O. (2004). An integrated approach to crowd psychology and public order policing. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, 27(4), 558–572. <https://doi.org/10.1108/13639510410566271>
- Teo, T. (Ed.). (2014). *Encyclopedia of Critical Psychology*. Springer New York. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-5583-7>
- Tutenges, S. (2015). Pub crawls at a Bulgarian nightlife resort: A case study using crowd theory. *Tourist Studies*, 15(3), 283–299. <https://doi.org/10.1177/1468797615597856>
- Waddington, D., & King, M. (2005). The Disorderly Crowd: From Classical Psychological Reductionism to Socio-Contextual Theory - The Impact on Public Order Policing Strategies. *The Howard Journal of Criminal Justice*, 44(5), 490–503. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2311.2005.00393.x>
- Yasmin Sahnaz Almuntaha & Ikhwanul Ihsan Armalid. (2023). Collective Cyberbullying Ditinjau dari Psikologi Sosial. *Flourishing Journal*, 3(1), 10–16. <https://doi.org/10.17977/um070v3i12023p10-16>

PROFIL PENULIS



Qisthina Aulia, S.Sos., M.Si. .

Penulis menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Kriminologi Universitas Indonesia, dan studi S2 Magister Sains Psikologi Sosial, Universitas Indonesia. Saat ini aktif sebagai dosen dan peneliti di bidang ilmu Psikologi, Kriminologi dan Pemasyarakatan di Politeknik Pengayamon Indonesia- Kementerian Hukum Republik

Indonesia.

BAB 5

KARAKTERISTIK PERILAKU MASSA

Azka Rahmawati
UIN Raden Mas Said, Surakarta
E-mail: azkamaryono@gmail.com

PENDAHULUAN

Perilaku massa mengacu pada tindakan sekelompok individu dalam suatu keadaan atau situasi tertentu, hal tersebut melibatkan beberapa emosi yang kuat, ketidakpastian serta tujuan bersama dalam konteks sosial. Perilaku massa merupakan sorotan penting pada berbagai disiplin ilmu, seperti sosiologi, psikologi sosial, dan ilmu komunikasi. Di dalam dinamika sosial, perilaku massa merupakan suatu fenomena yang cukup menarik untuk diketahui dan dipelajari. Perilaku massa terjadi ketika individu-individu dalam satu kesatuan atau satu kelompok tertentu bertindak secara bersama-sama, seringkali dengan cara yang berbeda dari perilaku masing-masing individu.

Perilaku massa memiliki karakteristik yang kompleks dan sering kali tak terduga. Ketika individu bergabung dalam suatu kelompok atau suatu kerumunan, mereka cenderung mengalami perubahan baik dalam pola pikir dan perilaku atau tindakan mereka. Massa sendiri merupakan entitas sosial yang terbentuk dari kumpulan individu yang secara spontan atau terorganisir berkumpul dengan tujuan atau kertertarikan atas sesuatu. Dalam konteks sosial, massa memiliki dinamika unik yang tidak hanya mempengaruhi individu di dalamnya tetapi juga dapat menghasilkan dampak signifikan terhadap lingkungan sosial, politik dan budaya. Oleh karenanya, dalam memahami karakteristik perilaku massa menjadi vital dalam memetakan fenomena sosial yang lebih luas, terutama di masa modern yang

tentunya memiliki interkoneksi global melalui media dan teknologi.

Dalam kehidupan harian, fenomena perilaku massa dapat terlihat di berbagai event kemasyarakatan seperti demonstrasi, konser musik, festival budaya, atau bahkan respon kolektif terhadap peristiwa tertentu di media sosial. Perilaku ini tidak jarang mencerminkan ekspresi emosi kolektif yang kuat, seperti euforia hingga kemarahan. Perilaku massa tak hanya melibatkan aspek psikologis individu tetapi juga proses sosial yang kompleks, dimana norma, nilai, dan struktur kekuasaan dapat berperan sebagai faktor penggerak. Di berbagai disiplin ilmu, disebutkan oleh salah satu tokoh terkemuka Gustava Le Bon, yang melalui karyanya "*Psychologie des Foules*" menjelaskan bagaimana individu dalam massa dapat kehilangan identitas personal dan terdorong untuk bertindak berdasarkan emosi kolektif.

PENGERTIAN PERILAKU

Perilaku adalah suatu gerakan yang mampu dilihat oleh indera penglihatan manusia, gerakan yang dapat diobservasi. Perilaku merupakan hasil dari niat, pengetahuan dan sikap (Saleh, 2018), niat sendiri dapat dipahami sebagai suatu keinginan yang berasal dari dalam diri individu untuk mendapatkan atau melakukan sesuatu yang hendak dikerjakan. Niat sebagai bentuk penggerak utama terbentuknya sebuah perilaku. Pengetahuan dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang dimengerti, sedangkan sikap dipahami sebagai pernyataan dalam diri individu untuk bertindak melakukan sesuatu, pendirian dan keyakinan muncul akibat pengetahuan yang akan teraktualisasikan dalam bentuk perilaku.

Perilaku atau tindakan yang terjadi pada individu tidak muncul dengan sendirinya, melainkan sebagai bentuk respon atas stimulus atau rangsangan yang diterimanya. Jadi bisa

mengelola serta memanfaatkan potensi massa untuk hal-hal yang lebih positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandono, A., & Kustanto. (2020). *Psikologi Massa* (1 ed.). El-Markazi.
- Mashuri, A., & Zaduqisti, E. (2024). *Perspektif Psikologi Fenomena dan Perilaku Massa* (1 ed., Nomor November). Inara Publisher.
- Saleh, A. A. (2018). *Pengantar Psikologi* (1 ed.). Penerbit Aksara Timur.
- Varghese, E. B., & Thampi, S. M. (2021). Towards the cognitive and psychological perspectives of crowd behaviour: a vision-based analysis. *Connection Science*, 33(2), 380–405. <https://doi.org/10.1080/09540091.2020.1772723>

PROFIL PENULIS



Azka Rahmawati

Lahir di Sukoharjo, 14 Januari 2000. Penulis merupakan berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis tinggal di Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah. Penulis telah menyelesaikan pendidikan di TK Al-Ausath pada tahun 2006, kemudian dilanjutkan pada jenjang sekolah dasar di SDIP Al-Madinah ada tahun 2012, kemudian melanjutkan pada jenjang sekolah menengah pertama di MTs Muhammadiyah Blimbing dan lulus di tahun 2015, kemudian melanjutkan ke sekolah menengah atas di SMA Pontren Muhammadiyah Imam Syuhodo dan menyelesaikannya di tahun 2018. Kemudian di tahun 2019 penulis melanjutkan studi di perguruan tinggi UIN Raden Mas Said Surakarta, dengan program studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan lulus di tahun 2023. Di tahun 2024 penulis melanjutkan studi pascasarjana di UIN

BAB 6

KOMUNIKASI MASSA

A. Nur Aulia Saudi
Universitas Bosowa, Makassar
E-mail: nuraulia.saudi@universitasbosowa.ac.id

PENDAHULUAN

Psikologi massa merupakan bidang psikologi sosial yang muncul pada abad ke-19, Gustave le bon pembuat konsep teori Psikologi Massa. Psikologi massa merupakan berasal dari dua kata, yakni psikologi dan massa. Menurut Gustave Le bon Psikologi Massa terdiri dari dua kata yaitu psikologi dan massa, psikologi membahas tentang jiwa dan proses mental dan massa tentang kumpulan banyak orang yang berada pada suatu kondisi dimana proses interaksi dapat terjadi ataupun tidak, dan bersifat sementara.

Massa dikenal di kalangan masyarakat sosial sebagai *social faciliation* dianggap sebagai kelompok yang sensitif terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di sekitar. Selain itu, Psikologi Massa juga membahas Perilaku Kolektif (*Collective Behavior*). *Collective Behavior* adalah tingkah laku yang terjadi dalam suatu kelompok secara spontan, tidak terstruktur yang di dalamnya terdapat bentuk-bentuk aksi bersama untuk merubah norma dan nilai dalam jangka waktu yang panjang. Komunikasi dianggap penting dalam suatu kelompok massa untuk menjalin interaksi guna memengaruhi anggota yang lain, berbagi isu-isu sosial yang sedang terjadi sampai melakukan perubahan-perubahan norma sosial.

Adanya laju perkembangan teknologi di zaman sekarang menjadikan komunikasi sebagai titik tolak kehidupan dalam bersosial. Komunikasi massa sudah ada sejak dahulu kala.

Terjadi perubahan yang sangat signifikan pada sistem komunikasi massa zaman dulu ketika dibandingkan dengan sistem komunikasi massa di zaman sekarang. Perubahan ini dimulai dari komunitas tatap muka, mengirim pesan melalui surat, Telegraf, Telepon, Televisi, Ponsel (*Handphone*), hingga saat ini di era digital komunikasi dapat dilakukan melalui media sosial. Pada Abad -19, individu dapat berinteraksi jarak jauh hanya dengan bertemu langsung, saat ini sudah dapat berinteraksi secara langsung dengan menggunakan *video call*. Era digital ini secara bertahap dapat menggeser media komunikasi konvensional. Perkembangan ini dipicu kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi, khususnya pada teknologi digital atau komputer dan internet. Perkembangan teknologi komunikasi memasuki era digital, mengubah komunikasi terbatas menjadi komunikasi tanpa batas dan semakin terbuka, dalam artian memberikan kemudahan dalam mengakses informasi-informasi terbaru. Sistem komunikasi massa memberikan dampak positif bagi kehidupan sosial. Semua berita terkini sudah disajikan dengan fitur-fitur menarik yang memberikan kepuasan tersendiri bagi orang yang mengakses atau menikmati bacaan berita.

Media Massa saat ini seakan-akan berkompetisi untuk membuat konten terbaik agar dapat memenuhi kepuasan khalaya, khususnya di berbagai platform media sosial. Khalayak akan tertarik dengan tampilan-tampilan yang menarik. Selain berita tersajikan dengan cepat dan update, masyarakat modern juga menggunakan media sosial sebagai pendukung kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi, misalnya pemesanan makanan, bahan makanan dan pakaian sudah dapat dilakukan dengan mengakses fitur-fitur penyedia layanan jasa.

sama terhadap pesan atau tipe pesan tertentu, serta memiliki kesamaan pada waktu yang bersamaan dan untuk alasan yang relevan. Kolektivitas sumber, atau pengirim dalam komunikasi massa, adalah karakter yang berbeda dari audiens karena biasanya terstruktur sebagai satu kelompok kerja dengan hubungan yang secara internal beragam antara masing-masing jaringan komunikasi, di mana pada tingkat tertentu nilai, nuansa, serta lokasi bersama untuk interaksi tatap muka dapat terjadi.

Informasi yang disampaikan melalui media massa dapat membentuk sikap seseorang terhadap sesuatu yang diinformasikan. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan harus memiliki nilai yang positif karena berkaitan dengan pembentukan karakter penerus bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Festinger, L. (1952). A theory of social comparison processes. *SAGE*, 7(2), 117–140.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi* Vol. 6, No.1.
- Kowalski, R. M. dan Limber S. P. (2013). Psychological, Physical, and Acedemic Correlates of Cyberbullying and Traditional Bullying. *Journal of Adolescent Helath*, 53, 513-520.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Development and Validation of A Game Addiction Scale for Adolescents. *Media Psychology*, 12 (1), 77- 95 .
- Lukman, Riska Agustina , Rihadatul Aisy. (2023). Problematika Penggunaan Artificial Intelligence (AI) untuk Pembelajaran di Kalangan Mahasiswa STIT Pematang. *Jurnal Ilmiah Madaniyah*. Vol.13, No.2

- Marindi, Nurwidawati. (2015). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dalam Belanja Online dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Skripsi*. Vol 3, No.2.
- McQuail, D. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nur Rahma, Minarni & Saudi, NA. (2024). Pengaruh Social Comparison terhadap Body Dissatisfaction pada Perempuan Remaja Akhir di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*. Vol.4, No.2
- Palmgreen dan Rayburn. (1985). Relations between gratifications sought and obtained: a study of television news. *Communication Research*, 7 (2), 161-192.
- Perren, S., & Gutzwiller-Helfenfinger, E. (2011). Cyberbullying and traditional bullying in adolescence : Differential roles of moral disengagement , moral emotions , and moral values. *European Journal of Developmental Psychology*, 9(2), 195–209.
- Stafford, T.F., Stafford, M.,R & Schkade, L., L. (2004). Determining uses and gratifications for the Internet. *Decision Sciences*. Vol.35, No. 2
- West, Richard & Lynn Turner. (2017). Pegantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi 2 Edisi 5. Jakarta: Salemba Humanika.
- Williamsom (2006)
- Yusriyyatur dan K Khodijah. (2004).Resiko dan Dampak Sosial Judi dan Pinjaman online pada remaja.*Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*. Vol.13, No.1
- Zurohman, A., Astuti, T. M. P., & Sanjoto, T. B. (2016). Dampak fenomena judi online terhadap melemahnya nilai-nilai sosial pada remaja (studi di Campusnet Data Media cabang Sadewa Kota Semarang). *JESS (Journal of Educational Social Studies)*, 5(2), 156-162

PROFIL PENULIS

A. Nur Aulia Saudi

Lahir di Sinjai, tanggal 08 November 1990, memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Psikologi di Universitas Negeri Makassar pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan Studi Magister Psikologi dengan bidang sosial di , dan meraih gelar magister sains Psikologi Komunitas dan Pembangunan di tahun 2017. Saat ini, bertugas menjadi seorang dosen di Fakultas Psikologi Universitas Bosowa. Sudah aktif menjadi peneliti mulai tahun 2017 dengan konsentrasi penelitian fenomena sosial yang terjadi. Memiliki penelitian yang sudah dipublikasi jurnal internasional bereputasi Scopus dengan judul penelitian "*Teenagers' motorcycle gang community from the personal fable and risk taking behavior perspective*". Penelitian yang meneliti tentang fenomena perilaku agresif geng motor di Kota Makassar yang marak terjadi di tahun 2016-2017. Dan beberapa penelitian yang dipublikasikan jurnal bereputasi sinta yang berkaitan dengan Psikologi Indigenous. Ia memiliki bidang keahlian Psikologi Ruang Maya yaitu bidang yang lebih memahami fenomena social yang berkaitan dengan interaksi manusia dalam dunia digital. Beberapa karya ilmiah dan hasil peneliti menjadi penulis tunggal atau co-author yang diterbitkan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan *cyber psychology* dan melakukan pengabdian masyarakat yaitu psikoedukasi demi peningkatan kualitas hidup individu, kelompok atau komunitas. Menurutnya, pembentukan kepribadian dan perilaku individu dipengaruhi karena adanya kekuatan-kekuatan sosial yang ada dalam suatu kelompok atau komunitas. Selain itu, juga melakukan penelitian mengenai pengembangan alat ukur yang berkaitan *social support*. Alat ukur tersebut, telah banyak dipakai oleh peneliti-peneliti pemula yang sesuai dengan konteks penelitian.

BAB 7

DINAMIKA PSIKOLOGI MASSA

Puji Rahayu
Universitas Bosowa, Fakultas Psikologi, Makassar
E-mail: Pujirahayu@universitasbosowa.ac.id

PENDAHULUAN

Beberapa faktor yang mendorong gerakan penolakan yang biasanya didorong oleh ketidakadilan sosial mulai muncul sebagai fenomena yang signifikan dalam dinamika politik Indonesia yang terus berubah. Kekuasaan politik ini biasanya hanya dimiliki oleh segelintir pihak, menimbulkan ketidakpuasan masyarakat. Faktor politik dan psikologi massa memengaruhi reaksi yang sering muncul di masyarakat. Individu dalam kelompok besar cenderung bertindak dan memberikan respons emosional ketika mengalami ketidakadilan (Turner & Killian, 1987).

Pada tanggal 22 agustus 2024, demonstrasi di depan Gedung DPR RI dihadiri ribuan orang, yang membuat 3.200 aparat dikerahkan untuk melakukan pengamanan. Demonstrasi serupa juga terjadi di depan Gedung Mahkamah Konstitusi. Di hari yang sama, aksi Kamisan ke-828 di depan istana Negara juga menjadi titik kumpul massa. Unjuk rasa RUU Pilkada 2024, juga disebut dengan Aksi Darurat Indonesia atau aksi kawal putusan MK, adalah unjuk rasa yang dilakukan Masyarakat Indonesia sebagai bentuk protes atas Tindakan Badan Legislasi DPR RI yang melakukan penyusunan revisi UU No. 10 tahun 2016 yang bertentangan dengan putusan MK No. 60/PUU-XXII/2024 dan No. 70/PUU-XXII/2024.

Sehari setelah keputusan MK, rapat pleno ini menghasilkan RUU Pilkada 2024. Itu selesai pada 21 Agustus 2024, dan akan

disahkan melalui siding parpurna DPR RI pada 22 Agustus 2024. Karena pendaftaran untuk Pemilihan Umum Kepala Daerah dimulai pada 27 Agustus 2024, tindakan ini dianggap menguntungkan calon-calon tertentu yang diduga memiliki hubungan dengan keluarga presiden dan koalisi pemerintahan, sementara juga dianggap merusak demokrasi Indonesia melalui nepotisme. Rakyat menjadi marah karena kejadian ini, dan itu menjadi pembicaraan di media sosial. Pada saat itu, istilah "kawal putusan MK" dan slogan "Peringatan Darurat" menjadi salah satu topik yang populer.

Demonstrasi sudah biasa di negara ini. Sejak rezim Soeharto runtuh pada tahun 1998, unjuk rasa menjadi hal yang biasa di negara ini dan menjadi simbol kebebasan berbicara. Sebuah gerakan protes yang dilakukan oleh sekumpulan orang di hadapan umum disebut unjuk rasa atau demonstrasi biasa. Dalam kebanyakan kasus, demonstrasi dilakukan untuk menyampaikan pendapat kelompok yang relevan atau upaya untuk menentang kebijakan yang dipilih oleh suatu pihak.

DAMPAK PSIKOLOGI MASSA

Interaksi kolektif selalu ada dalam kehidupan sosial manusia. Ketika seseorang menjadi bagian dari suatu massa itu adalah salah satu jenis interaksi kolektif yang paling mencolok. Di titik ini, perilaku manusia dapat mengalami perubahan yang signifikan. Individu yang biasanya tenang dapat menjadi agresif, individu yang rasional dapat menjadi emosional, dan individu yang bertanggung jawab dapat kehilangan kontrol moral. Psikologi massa adalah bidang psikologi sosial di mana perilaku individu berubah ketika berada dalam kerumunan besar.

Psikologi massa adalah studi yang meneliti bagaimana proses mental dan perilaku individu berubah saat menjadi bagian dari kerumunan atau kelompok besar. Dalam massa, identitas pribadi cenderung larut ke dalam identitas kolektif.

kunci dalam terbentuknya gerakan sosial, seperti yang terjadi pada Reformasi 1998 di Indonesia. Studi kasus lainnya, seperti Tragedi Stadion Kanjuruhan dan *panic buying* saat pandemi COVID-19, menunjukkan sisi destruktif dari psikologi massa ketika emosi tidak terkelola dengan baik.

Media dan teknologi digital memperkuat dinamika ini, dimana simulacra dan tren di media sosial dapat memengaruhi realitas sosial dan kesejahteraan individu. Oleh karena itu, pengelolaan massa yang efektif tidak hanya membutuhkan pendekatan keamanan, tetapi juga pemahaman psikologis, komunikasi yang transparan, serta kolaborasi dengan pemimpin informal dan media sosial yang bertanggung jawab.

Memahami psikologi massa sangat penting bagi pemangku kebijakan, aparat, dan masyarakat luas untuk mencegah dampak negatif, sekaligus mengarahkan potensi kekuatan kolektif menuju perubahan sosial yang positif dan konstruktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., & Putra, D. (2022). *Simulacra dalam dunia digital: Realitas dan identitas di era post-truth*. Jurnal Pendidikan Rakyat, 6(2), 89–102.
- Freedland, J. (2025, March 1). *Five years after COVID: How the pandemic changed our lives*. The Guardian
- Goodwin, J., & Jasper, J. M. (2003). *The social movements reader: Cases and concepts*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Lin, Y. K., Saragih, I. D., Lin, C. J., et al. (2024). Global prevalence of anxiety and depression among medical students during the COVID-19 pandemic: A systematic review and meta-analysis. *BMC Psychology*, 12, 338.
- Nugroho, Y. (2025, March 14). *Mengapa kita mudah terpengaruh? Psikologi di balik fenomena pengaruh sosial*. Psychology BINUS University.

- Reicher, S. D., & Haslam, S. A. (2006). Rethinking the psychology of tyranny: The BBC prison study. *The British Journal of Social Psychology*, 45(1), 1–40.
- Sebastião, C., Neto, D. D., & da Silva, D. R. (2025). Longitudinal association of stress with mental health in the context of COVID-19: The mediating role of psychological flexibility and emotional schemas. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 17(1), 123–140.
- Stamm, K. R., & Bowes, J. E. (1990). *The Mass Communication Process: A Behavioral and Social Perspective*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Siregar, M. R. (2005). *The impact of the 1998 Indonesian Reform Movement on the national identity*. *Journal of Southeast Asian Politics*, 18(3), 198–210.
- Syahputri, M., & Alamsyah, H. (2023). *Pengaruh tekanan teman sebaya terhadap perilaku disruptif siswa SMP Negeri di Pekanbaru*. *Jurnal Psikologi UIN Suska Riau*, 15(2), 120–135.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Chicago: Nelson-Hall.
- Turner, R. H., & Killian, L. M. (1987). *Collective Behavior* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134(4), 504–535.
- Yuliana, T. (2023). *Kecanduan media sosial terhadap kesehatan mental remaja di masa pandemi*. *Jurnal Kesehatan Perspektif*, 8(1), 45–53.

PROFIL PENULIS



Puji Rahayu

Lahir pada 20 Desember 1992, adalah seorang dosen di salah satu universitas swasta di Makassar. Memiliki latar belakang pendidikan yang kuat di bidang psikologi, meraih gelar Magister Psikologi Komunitas dan Pembangunan dari Universitas Airlangga Surabaya. Dengan minat mendalam dalam psikologi sosial dan pengembangan masyarakat, berfokus pada penerapan ilmu psikologi untuk memahami dinamika sosial, serta mendukung pembangunan komunitas yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, aktif dalam berbagai kegiatan penelitian yang berkaitan dengan pengembangan komunitas dan kesejahteraan sosial. Keahlian dan pengalaman yang dimiliki memungkinkan untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi pendidikan psikologi di Makassar dan sekitarnya. Dengan dedikasi dan komitmen tinggi, saya berharap dapat terus mengembangkan kapasitas dalam bidang psikologi untuk memberi dampak positif pada masyarakat.

BAB 8

PSIKOLOGI MASSA

SIFAT DAN JENIS MASSA

Mir Atul Azima
UIN Raden Mas Said Surakarta
E-mail: azima1511@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang di dalamnya mengandung nilai dimana seseorang saling berinteraksi dengan manusia lainnya. Mereka melakukan aktivitas secara bersama-sama dalam suatu ruang public sosial. Hal tersebut dapat menciptakan suatu kelompok besar yang dapat dilakukan di ruang public dimana siapa saja bisa mengaksesnya. Manusia sebagai makhluk social juga sebagai makhluk komunal yang salah satu kebutuhannya yakni hidup berkelompok dengan yang lainnya yang didasarkan atas kesamaan dan tujuan hidup bersama. Berbagai usaha yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat memerlukan interaksi interpersonal, pertukaran ide, permintaan bantuan, upaya kolaboratif, dan dukungan timbal balik..(Fajriah et al., 2024)

Dalam kumpulan yang luas, disposisi diperlukan di mana individu harus memiliki kapasitas untuk mengatur keadaan afektif agresif mereka. Jika situasi ini tidak diatur oleh individu yang berwibawa, ia memiliki potensi untuk memicu kerusuhan sipil di antara faksi-faksi yang bersaing. Seperti halnya gangguan sipil yang terjadi selama pertandingan sepak bola yang diadakan di Stadion Kanjuruhan di Malang, yang biasa disebut sebagai Tragedi Kanjuruhan, insiden ini memicu curahan ketidakpuasan yang cukup besar karena kekalahan Arema. Sentimen ini diartikulasikan melalui penggunaan kata-

kata kasar, lemparan nasi bungkus dan kantong air, hingga aksi turun ke lapangan.

Melihat hal itu psikologi massa memiliki peran penting sebagai salah satu solusi untuk mengatasi situasi tersebut. Menurut *American Psychological Association*, psikologi massa adalah kondisi emosi yang muncul pada sekelompok orang yang pada dasarnya tidak memiliki karakteristik yang sama, namun menganggap diri mereka sebagai satu kesatuan yang sama. Psikologi massa berupaya memahami proses perilaku dan pemikiran dari anggota massa dan massa itu sendiri. (Utama et al., 2022)

Dalam kajian psikologi massa, memahami sifat dan jenis massa sangat penting dilakukan. Guna untuk menguraikan dinamika -dinamika perilaku yang terjadi pada kelompok besar manusia. Terjadinya pada situasi tersebut karena adanya perubahan yang signifikan yang sering kali mengarah pada perilaku yang berbeda dari perilaku individu ketika sendirian dengan perilaku ketika ada pada kelompok besar.

Dalam konteks ini, "massa" tidak hanya mengacu pada kumpulan individu secara fisik, tetapi juga mencakup fenomena sosial dan psikologis yang memengaruhi perilaku kolektif. Dengan melakukan analisis yang mendalam, kita dapat mengidentifikasi berbagai tipe massa dan karakteristiknya, yang masing-masing memiliki dampak unik terhadap perilaku kolektif. Pada bab ini akan membahas beberapa konsep penting yang membantu menjelaskan jenis dan sifat massa. Penelitian awal oleh para ahli telah memberikan fondasi yang kuat untuk memahami bagaimana massa terbentuk, berfungsi, dan bereaksi dalam berbagai situasi yang dapat memengaruhi perilaku mereka.

ekspresi gembira, takut, emosi, marah dan ekspresi yang lainnya. **Acting Crowd**. Massa seperti ini dapat mengakibatkan kerusuhan yang dilakukan oleh kelompok massa. *Acting* yang diungkapkan berupa luapan emosi, kemarahan, rasa takut yang sudah tidak terkendali akibat beberapa factor tersebut.

Adapun sifat massa juga dapat dibedakan dalam beberapa sifat. Gustave membagi sifat massa menjadi beberapa bagian diantaranya adalah. **Impulsive**. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bersifat cepat bertindak secara tiba-tiba menurut gerak hati. **Mudah Tersinggung**, Sifat massa yang dimiliki seseorang atau suatu kelompok besar yang secara cepat merasa marah, tersakiti, sensitive saat mendapatkan suatu kritikan dari orang lain maupun dari kelompok besar yang dianggap menyinggung. **Suggestibility**. Kata sugesti dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti pengaruh yang dapat menggerakkan hati orang. Artinya kecenderungan seseorang atau suatu kelompok besar untuk menerima dan terpengaruh oleh ide, opini, atau tindakan orang lain tanpa banyak berpikir kritis. **Tidak rasional**. Berarti suatu tindakan individu, pemikiran, atau keputusan yang didasarkan tidak berdasarkan logika, fakta, atau pemikiran yang tidak sehat, melainkan bergantung pada kemarahan, emos, insting, atau dorongan sesaat. **Social facilitation**. Dalam konteks psikologi fasilitasi sosial dapat diartikan sebagai konsep bahwa kehadiran orang lain dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja seseorang dalam kelompok besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandono, A., & Kustantono. (2020). *Psikologi Massa*. file:///F:/kuliah smt 2/5. Buku Psikologi Massa PAK Tahun 2020.pdf
- Fajriah, F., Ama2, S. F., Noviyanti3, S., & Chan, F. (2024). Peran Manusia sebagai Makhluk Individu dan Makhluk

Sosial. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 2250–2259.

Freepik. (2022). *Psikologi Mssa*. Esa Unggul. <https://psikologi.esaunggul.ac.id/mengenal-apa-itu-psikologi-massa/#>

Utama, K. W., Sukmadewi, Y. D., Saraswati, R., & Putrijanti, A. (2022). Tragedi Kanjuruhan Dan Penyalahgunaan Wewenang Dalam Pelaksanaan Prosedur Administrasi Negara. *Masalah-Masalah Hukum*, 51(4), 414–421. <https://doi.org/10.14710/mmh.51.4.2022.414-421>

PROFIL PENULIS



Mir Atul Azima, S.Ag.

Lahir di Boyolali pada 15 November 1999. Ia menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di UIN Raden Mas Sahid Surakarta pada tahun 2021 dengan jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir (IAT). Saat ini, ia sedang menempuh pendidikan magister (S2) di universitas yang sama dengan fokus pada Pendidikan Agama Islam. Saat ini, ia berkarier sebagai guru di sebuah sekolah dasar yang berlokasi di Pucangan, Kartasura, Sukoharjo. Profesi sebagai pendidik telah ia jalani sejak tahun 2022 hingga sekarang. Selain mengajar sebagai pendidik, ia juga mengabdikan sebagai musrifah di Pondok Pesantren Mahasiswa Darussalam Kartasura, di mana ia berperan dalam membimbing dan membina para santri dalam kehidupan pesantren.

BAB 9

KEPEMIMPINAN DALAM MASSA

Nurfitriany Fakhri
Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Makassar
E-mail: nurfitriany.fakhri@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam sejarah peradaban manusia, kehadiran massa selalu menjadi bagian tak terhindarkan dari kehidupan sosial. Kumpulan besar orang yang terhubung oleh kesamaan tujuan, emosi, atau identitas kolektif ini bergerak mengikuti pola-pola psikologis tertentu (Le Bon, 1895). Di tengah dinamika massa, sosok pemimpin memainkan peran sentral dalam mengarahkan gerak dan tindakan mereka. Kepemimpinan massa bukan sekadar tentang figur yang berdiri di depan, melainkan suatu fenomena kompleks yang melibatkan interaksi antara karisma pemimpin, aspirasi kolektif, dan konteks sosiohistoris (Weber, 1947; Haslam et al., 2020).

Memimpin massa berbeda secara fundamental dengan memimpin kelompok kecil. Dalam kelompok terbatas, relasi bersifat personal dan berbasis interaksi langsung (Tajfel & Turner, 1979). Sebaliknya, pemimpin massa harus mampu memengaruhi sejumlah besar orang tanpa kontak fisik, dengan membangun narasi yang menyentuh dalam konteks psikologi kolektif (Reicher et al., 2005). Le Bon (1895) dalam *The Crowd: A Study of the Popular Mind* menegaskan bahwa massa lebih responsif terhadap pikiran yang membangkitkan emosi daripada fakta rasional. Konsep dasar ini kemudian dimanfaatkan pemimpin dalam membangun pengaruh pada kelompok massa.

Di era digital, pemahaman tentang kepemimpinan massa semakin krusial. Media sosial telah mentransformasi

pembentukan dan mobilitas massa, mempercepat penyebaran ide sekaligus memicu ketidakstabilan (Tufekci, 2017). Dari gerakan sosial seperti *Arab Spring* hingga radikalisi online, pola kepemimpinan tetap menjadi faktor penentu yang memerlukan analisis mendalam (Castells, 2015).

Bab ini akan menjelajahi inti dari kepemimpinan massa, mulai dari teori-teori lama yang teruji waktu hingga pandangan baru yang muncul belakangan. Ulasan mengenai bagaimana mekanisme psikologis bekerja ketika seseorang memimpin massa, dan apa tanggung jawab moral yang menyertainya, juga dapat ditemukan dalam bab ini.

Beberapa pertanyaan yang akan kita jawab: Mengapa beberapa orang bisa begitu efektif menggerakkan massa sementara yang lain tidak? Bagaimana pemimpin bisa membuat emosi mereka menular ke seluruh massa? Sejauh mana situasi sosial mempengaruhi hubungan antara pemimpin dan pengikutnya? Dan yang tak kalah penting, apa tanggung jawab etis yang datang bersama kemampuan untuk mempengaruhi begitu banyak orang?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, kita tidak hanya akan mendapatkan kerangka pemahaman teoretis, tapi juga kesempatan untuk mendalami makna dan dampaknya dalam kehidupan bermasyarakat. Karena pada akhirnya, memahami kepemimpinan massa bukan hanya untuk kepentingan akademis, tapi juga langkah penting untuk menjadi warga yang lebih sadar dan kritis, baik ketika kita berada dalam massa maupun ketika kita mengamati pergerakannya dari luar.

FONDASI TEORETIS KEPEMIMPINAN MASSA

Akar Historis dan Pemikiran Awal

Studi tentang kepemimpinan massa bermula pada akhir abad ke-19, ketika industrialisasi dan urbanisasi memicu

massa tetap tidak berubah: kemampuan untuk menjembatani aspirasi individual ke dalam identitas kolektif, menciptakan narasi yang bermakna tentang permasalahan bersama, dan memobilisasi tindakan kolektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pemahaman mendalam tentang dinamika psikologis ini tidak hanya relevan bagi para pemimpin dalam memaksimalkan efektivitas kepemimpinan mereka, tetapi juga bagi warga dalam mengembangkan literasi kritis terhadap fenomena kepemimpinan massa di era kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonakis, J., et al. (2012). Charisma: An Ill-Defined and Ill-Measured Gift. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 293-319. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091305>
- Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). Authentic Leadership Development: Getting to the Root of Positive Forms of Leadership. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 315-338. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.03.001>
- Avolio, B. J., & Gibbons, T. C. (1988). Developing Transformational Leaders: A Life Span Approach. In J. A. Conger & R. N. Kanungo (Eds.), *Charismatic Leadership* (pp. 276-308). Jossey-Bass.
- Avolio, B. J., Kahai, S., & Dodge, G. E. (2014). E-Leadership: Implications for Theory, Research, and Practice. *The Leadership Quarterly*, 25(1), 105-131. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.11.003>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. Free Press.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. John Wiley & Sons.

- Bond, R., & Smith, P. B. (1996). Culture and Conformity: A Meta-Analysis of Studies Using Asch's Line-Judgment Task. *Psychological Bulletin*, 119(1), 111–137.
- Bowlby, J. (1969). Attachment and Loss: Vol. 1. *Attachment*. Basic Books.
- Brodbeck, F. C., et al. (2000). Cultural Variation of Leadership Prototypes Across 22 European Countries. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(1), 1-29.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age* (2nd ed.). Polity Press.
- Cialdini, R. B. (1984). *Influence: The psychology of persuasion*. Harper Collins.
- Cialdini, R. B. (2012). *The focus theory of normative conduct*. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (pp. 295–312). Sage Publications Ltd.
<https://doi.org/10.4135/9781446249222.n41>
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Professional Manual*. Psychological Assessment Resources.
- DeRue, D. S., & Wellman, N. (2009). Developing Leaders via Experience: The Role of Developmental Challenge, Learning Orientation, and Feedback Availability. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), 859–875.
<https://doi.org/10.1037/a0015317>
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2002). Trust in Leadership: Meta-Analytic Findings and Implications for Research and Practice. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 611-628.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.611>
- Dvir, T., Eden, D., Avolio, B. J., & Shamir, B. (2002). Impact of Transformational Leadership on Follower Development and Performance: A Field Experiment. *Academy of*

- Management Journal*, 45(4), 735–744.
<https://doi.org/10.5465/3069307>
- Earley, P. C., & Gibson, C. B. (1998). Taking Stock in Our Progress on Individualism-Collectivism: 100 Years of Solidarity and Community. *Journal of Management*, 24(3), 265-304. <https://doi.org/10.1177/014920639802400302>
- Enli, G., & Rosenberg, L. T. (2018). Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians as Brand. *Palgrave Communications*, 4(1), 1-8. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0105-9>
- Epitropaki, O., et al. (2017). Leadership and Followership Identity Processes: A Multilevel Review. *The Leadership Quarterly*, 28(1), 104-129.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2016.10.003>
- Erikson, E. H. (1969). *Gandhi's truth: On the origins of militant nonviolence*. W. W. Norton & Company.
- Fiedler, F. E. (1967). *A theory of leadership effectiveness*. McGraw-Hill.
- Freud, S. (1921). *Group psychology and the analysis of the ego*. International Psychoanalytic Press.
- Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2008). Dynamic Spread of Happiness in a Large Social Network: Longitudinal Analysis Over 20 Years in the Framingham Heart Study. *BMJ*, 337, a2338.
- Gelfand, M. J., Erez, M., & Aycan, Z. (2007). Cross-Cultural Organizational Behavior. *Annual Review of Psychology*, 58, 479-514.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.58.110405.085559>
- Gelfand, M. J., et al. (2017). Culture's Tightness-Looseness: Ecological and Institutional Influences. *Annual Review of Psychology*, 68, 293-317. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010416-044138>

- Gergen, K. J. (1999). *An invitation to social construction*. SAGE.
- Goldstein, N. J., et al. (2008). A Room with a Viewpoint: Using Social Norms to Motivate Environmental Conservation in Hotels. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 472-482. <https://doi.org/10.1086/586910>
- Goleman, D., Boyatzis, R., & McKee, A. (2013). *Primal Leadership: Unleashing the Power of Emotional Intelligence*. Harvard Business Review Press.
- Gooty, J., Connelly, S., Griffith, J., & Gupta, A. (2010). Leadership, Affect, and Emotions: A State of the Science Review. *The Leadership Quarterly*, 21(6), 979–1004. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2010.10.005>
- Graen, G. B., & Uhl-Bien, M. (1995). Relationship-Based Approach to Leadership: Development of Leader-Member Exchange (LMX) Theory of Leadership over 25 Years. *The Leadership Quarterly*, 6(2), 219–247. [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(95\)90036-5](https://doi.org/10.1016/1048-9843(95)90036-5)
- Haidt, J. (2003). The Moral Emotions. *Handbook of Affective Sciences*, 852-870. Oxford University Press.
- Harms, P. D., Spain, S. M., & Hannah, S. T. (2011). Leader Development and the Dark Side of Personality. *The Leadership Quarterly*, 22(3), 495–509. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.04.007>
- Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Platow, M. J. (2020). *The new psychology of leadership identity, influence and power* (2nd ed.). Psychology Press.
- Hirsch, J., Zhang, X., Noah, J. A., & Bhattacharya, A. (2023). Neural mechanisms for emotional contagion and spontaneous mimicry of live facial expressions. *Philosophical transactions of the Royal Society of London. Series B, Biological sciences*, 378(1875), 20210472. <https://doi.org/10.1098/rstb.2021.0472>

- Hogg, M. A. (2001). A social identity theory of leadership. *Personality and Social Psychology Review*, 5(3), 184-200.
- Hogg, M. A., & Reid, S. A. (2006). Social identity, self-categorization, and the communication of group norms. *Communication Theory*, 16(1), 7-30.
- Hollander, E. P. (1992). The Essential Interdependence of Leadership and Followership. *Current Directions in Psychological Science*, 1(2), 71-75.
<https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10768773>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- House, R. J., et al. (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Sage Publications.
- Hovland, C. I., et al. (1953). *Communication and Persuasion*. Yale University Press.
- Ilies, R., et al. (2005). Authentic Leadership and Eudaemonic Well-Being: Understanding Leader-Follower Outcomes. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 373-394.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.03.002>
- Judge, T. A., Bono, J. E., Ilies, R., & Gerhardt, M. W. (2002). Personality and Leadership: A Qualitative and Quantitative Review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 765-780.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.765>
- Kark, R., & Van Dijk, D. (2007). Motivation to Lead, Motivation to Follow: The Role of the Self-Regulatory Focus in Leadership Processes. *Academy of Management Review*, 32(2), 500-528.
<https://doi.org/10.5465/amr.2007.24351846>
- Karlsen, R. (2019). The Digitalization of Party Campaigns: Multilevel Responsiveness to Digital Affordances Among Norwegian Parties. *Party Politics*, 25(5), 715-725.
<https://doi.org/10.1177/1354068817738629>

- Kirkman, B. L., & Shapiro, D. L. (2001). The Impact of Cultural Values on Job Satisfaction and Organizational Commitment in Self-Managing Work Teams: The Mediating Role of Employee Resistance. *Academy of Management Journal*, 44(3), 557-569. <https://doi.org/10.2307/3069370>
- Le Bon, G. (1895). *The crowd: A study of the popular mind*. Macmillan.
- Lee, Y. (2022), "ersonality traits and organizational leaders' communication practices in the United States: perspectives of leaders and followers, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 27 No. 3, pp. 595-615. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-10-2021-0118>
- Leroy, H., Palanski, M. E., & Simons, T. (2012). Authentic leadership and behavioral integrity as drivers of follower commitment and performance. *Journal of Business Ethics*, 107(3), 255-264.
- Lord, R. G., & Maher, K. J. (1991). *Leadership and Information Processing: Linking Perceptions and Performance*. Routledge.
- Mayer, R. C., et al. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- McDougall, W. (1920). *The group mind*. Cambridge University Press.
- Molenberghs, P., et al. (2017). The Neuroscience of In-Group Bias. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 75, 18-23. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2017.01.013>
- Moscovici, S. (1985). Social Influence and Conformity. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 347-412). Random House.

- Mumford, M. D., et al. (2000). Leadership Skills for a Changing World. *The Leadership Quarterly*, 11(1), 11-35. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(99\)00041-7](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(99)00041-7)
- Peus, C., et al. (2012). Authentic Leadership: An Empirical Test of Its Antecedents, Consequences, and Mediating Mechanisms. *Journal of Business Ethics*, 107(3), 331-348. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1042-3>
- Popper, M., & Mayseless, O. (2003). Back to Basics: Applying a Parenting Perspective to Transformational Leadership. *The Leadership Quarterly*, 14(1), 41-65. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(02\)00183-2](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00183-2)
- Powell, W. W., & DiMaggio, P. J. (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. University of Chicago Press.
- Rule, N. O., et al. (2010). Polling the Face: Prediction and Consensus Across Cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(1), 1-15. <https://doi.org/10.1037/a0017673>
- Reicher, S. D., & Hopkins, N. (2001). *Self and nation: Categorization, contestation, and mobilization*. SAGE.
- Reicher, S., Haslam, S. A., & Hopkins, N. (2005). Social identity and the dynamics of leadership: Leaders and followers as collaborative agents in the transformation of social reality. *The Leadership Quarterly*, 16(4), 547-568. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.06.007>
- Simons, T. (2002). Behavioral integrity: The perceived alignment between managers' words and deeds as a research focus. *Organization Science*, 13(1), 18-35.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.

- Tost, L. P., Gino, F., & Larrick, R. P. (2013). When Power Makes Others Speechless: The Negative Impact of Leader Power on Team Performance. *Academy of Management Journal*, 56(5), 1465-1486. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0180>
- Triandis, H. C. (1995). *Individualism & Collectivism*. Westview Press.
- Tucker, J. A., et al. (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Turner, J. C. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Blackwell.
- Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Open University Press.
- Turner, J. C., & Haslam, S. A. (2001). Social identity, organizations, and leadership. In M. E. Turner (Ed.), *Groups at work: Theory and research* (pp. 25-65). Lawrence Erlbaum.
- Turner, J.C. & Reynolds, Katherine. (2012). *Self-categorization theory*. 10.4135/9781446249222.n46.
- van Knippenberg, D. (2011). Embodying Who We Are: Leader Group Prototypicality and Leadership Effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 22(6), 1078-1091. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.09.004>
- van Knippenberg, D., & Hogg, M. A. (2003). A Social Identity Model of Leadership Effectiveness in Organizations. *Research in Organizational Behavior*, 25, 243-295. [https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(03\)25006-1](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(03)25006-1)
- van Knippenberg, D., & van Knippenberg, B. (2005). Leader Self-Sacrifice and Leadership Effectiveness: The Moderating Role of Leader Prototypicality. *Journal of*

- Applied Psychology*, 90(1), 25-37.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.1.25>
- Van Zant, A. B., & Moore, D. A. (2015). Leaders' Use of Moral Justifications Increases Policy Support. *Psychological Science*, 26(6), 934-943.
<https://doi.org/10.1177/0956797615572908>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Walter, F., Cole, M. S., & Humphrey, R. H. (2011). Emotional Intelligence: Sine Qua Non of Leadership or Folderol? *Academy of Management Perspectives*, 25(1), 45–59.
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization* (A. M. Henderson & T. Parsons, Trans.). Oxford University Press.
- Wedeen, L. (1999). *Ambiguities of Domination: Politics, Rhetoric, and Symbols in Contemporary Syria*. University of Chicago Press.
- Zaccaro, S. J. (2002). Social Complexity and the Competencies Required for Effective Military Leadership. *American Psychologist*, 57(1), 18–26. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.1.18>

PROFIL PENULIS



Nurfitriany Fakhri, S.Psi., MA.

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Psikologi Universitas Negeri Makassar, sejak tahun 2010. Menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Negeri Makassar dan S2 di Universitas Gadjah Mada pada Program Studi Psikologi, dengan bidang minat utama Psikologi Sosial dan minat minor Psikologi Umum dan Eksperimen. Penulis menekuni bidang menulis khususnya perilaku sosial dan hubungannya dengan internet, kognisi, budaya, dan perdamaian.

BAB 10

MOBILISASI MASSA

Septiana Trisnawati
Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta
E-mail: septianatrisnawati1@gmail.com

PENDAHULUAN

Mobilisasi massa merupakan salah satu konsep penting dalam studi ilmu sosial dan politik yang menggambarkan proses pengorganisasian dan pengarahan kelompok besar masyarakat menuju tujuan tertentu. Berbeda dengan partisipasi yang bersifat sukarela dan melibatkan kesadaran individu, mobilisasi cenderung bersifat top-down, di mana massa digerakkan melalui pengaruh eksternal seperti media, ideologi, infrastruktur, atau kekuasaan politik. Dalam praktiknya, mobilisasi dapat mengambil bentuk fisik seperti demonstrasi, kampanye politik, atau aksi solidaritas, maupun bentuk digital melalui media sosial, petisi daring, dan kampanye online.

Mobilisasi massa merupakan istilah yang sering digunakan dalam studi sosial-politik untuk menggambarkan proses penggerakan kelompok masyarakat dalam jumlah besar menuju suatu tujuan tertentu. Berbeda dengan partisipasi aktif yang melibatkan kesadaran dan keterlibatan dalam pengambilan keputusan, mobilisasi cenderung bersifat top-down dan terorganisir oleh aktor tertentu yang memiliki kepentingan. Dalam praktiknya, mobilisasi massa tidak hanya terjadi dalam konteks politik, tetapi juga dalam gerakan sosial, kegiatan ekonomi, dan budaya populer, terutama di era digital saat ini.

Dalam kajian sosial dan politik, konsep mobilisasi kerap diposisikan secara kontras dengan partisipasi. Mobilisasi menggambarkan suatu kondisi di mana masyarakat digerakkan

tanpa keterlibatan aktif dalam proses pengambilan keputusan. Aktivitas ini dimungkinkan karena adanya relasi kepentingan, pembentukan komunitas, serta pemanfaatan berbagai instrumen sosial dan politik. Mobilisasi sendiri telah menjadi bagian penting dalam dinamika masyarakat modern, tidak hanya dalam konteks pergerakan fisik seperti berpindah dari satu tempat ke tempat lain tetapi juga dalam konteks sosial dan politik yang lebih luas, terutama di era *network society* saat ini.

Di era digital yang terhubung oleh teknologi informasi dan komunikasi, proses mobilisasi mengalami transformasi signifikan. Mobilisasi massa tidak lagi hanya bergantung pada instruksi dari negara atau elite politik, tetapi juga melibatkan aktor-aktor baru seperti media sosial, komunitas digital, dan pelaku ekonomi yang memanfaatkan kekuatan informasi. Peran media dalam menggerakkan massa menjadi sangat krusial, karena mampu membentuk opini, menggerakkan solidaritas, hingga menciptakan gerakan sosial yang nyata di dunia fisik. Fenomena ini semakin nyata terlihat dalam praktik ekonomi digital seperti promosi pariwisata oleh travel agent melalui media sosial, maupun dalam bentuk gerakan sosial yang memanfaatkan platform digital untuk menyuarakan tuntutan publik.

Meski demikian, mobilisasi tidak hanya menyangkut dinamika kekuasaan, tetapi juga menyiratkan adanya relasi kepentingan, pembentukan komunitas, serta pemanfaatan sumber daya informasi dan simbolik. Di satu sisi, ia dapat memperkuat suara masyarakat dan memperjuangkan keadilan sosial. Namun di sisi lain, ia juga berpotensi menjadi alat manipulatif jika diarahkan semata untuk kepentingan kelompok tertentu. Oleh karena itu, memahami konsep dan praktik mobilisasi massa baik dalam konteks politik, sosial, ekonomi, maupun budaya merupakan langkah penting dalam membaca dinamika masyarakat kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Terry. (2007). "Perang yang Tak Pernah Berakhir: Perlawanan Mahasiswa terhadap Perang Vietnam". *Universitas Kentucku* : 245-264
- Canevarolo, Eva. (2019). "Menjadi 'Les gilets james' Seri makalah Kerja SSRN.doi : 10.2139 /ssrn.3352613 . ISSN 1556-5068 . S2CID 204611795
- Chun W. H. K., & Thomas K. (2006). *New Media Old Media*. New York: Routledge.
- Crowley, D., & Heyer P. (2011). *Communication in History*.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- Glasberg, Davita Silfen. (2011). *Sosiologi politik: penindasan, perlawanan, dan negara . Shannon, Deric. Thousand Oaks: Pine Forge Press*
- Hanifi, Ishom.(2016). Komite Indonesia Untuk Solidaritas Palestina (Studi Gerakan Solidaritas Palestina Di Indonesia). *Jurnal Politik Muda*, Vol. 5, No. 2, April - Juli 2016, 183 - 197
- www.thepetitionsite.com, diakses pada 1 Mei 2025.
- Stefano, B. (2007). *The Political Mobilization of the European Left, 1860-1980 : The class Cleavage*, Digital Printed Version. New York : Cambridge University Press.
- Suryanto. (2017). *idntimes*
- Roshady, Fachriza Erza Mohammad 2018. "Gerakan Sosial, Fundamentaslime, Dan Masyarakat Madani (Studi atas Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia dalam Aksi Bela Islam 212)". Skripsi Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Hidayatullah
- Tribowo 2006. "Gerakan Sosial, Wahana Civil Society bagi Demokratisasi", Jakarta. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Van Dijk, J. (2006). *Network Society*. California: Sage Publications.

Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (2002), *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. United States: President and Fellows of Harvard College.

PROFIL PENULIS



Septiana Trisnawati

Penulis lahir dan tinggal di Klaten, Jawa Tengah. Penulis adalah seorang mahasiswa sekaligus pendidik di salah satu sekolah di Kabupaten Klaten. Penulis telah menyelesaikan pendidikan di MAN 1 Klaten Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam dan melanjutkan S1 Pendidikan Agama Islam di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, kemudian mulai tahun 2024 melanjutkan Studi S2 Pendidikan Agama Islam di UIN Raden Mas Said Surakarta sampai sekarang.

BAB 11

EGO MASSA

Fa'ila Ulfa Zahrotul Firdausy
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
E-mail: failaulfazahrotulfirdausy@gmail.com

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk hidup yang memiliki dua dimensi, yaitu sebagai individu dan massa. Kedua dimensi ini tidak dapat terpisahkan karena manusia tidak diciptakan untuk hidup sendiri, tetapi diciptakan untuk melakukan, berinteraksi dan membangun hubungan dengan sesamanya. Dalam kamus besar bahasa Indonesia KBBI, 2023, Individu adalah satu, seorang, satu pribadi atau yang berdiri sendiri yang tidak terikat dengan orang lain. Individu memiliki kebebasan dalam melakukan segala sesuatu seperti berfikir, bertindak dan menentukan hidupnya sendiri. Namun sebagai makhluk sosial, manusia justru memerlukan interaksi untuk memenuhi kebutuhan emosional, psikologi dan fungsional dalam kehidupan sehari-hari.

Massa didefinisikan secara luas dan umum sebagai sekumpulan antara dua orang atau lebih yang mempunyai tujuan yang sama. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat hidup sendiri karena manusia adalah makhluk social yang membutuhkan atau memerlukan interaksi terhadap manusia lainnya dalam berkomunikasi, kerjasama dan kesehariannya. Massa tersebut seperti organisasi, lembaga, perteman atau lainnya. Oleh karena itu manusia disebut sebagai makhluk *social*, yaitu makhluk hidup yang tidak bisa hidup sendiri tanpa berinteraksi dengan individu lain, serta membentuk massa yang

kemudian menjadi masyarakat yang terdiri dari dua orang atau lebih.

Interaksi dengan masyarakat tidak hanya menciptakan struktur sosial, tetapi juga membentuk nilai, norma, dan identitas sosial. Ketika seseorang menjadi bagian dari suatu kelompok, nilai-nilai individu sering berubah ke standar kelompok. Proses ini adalah bagian dari dinamika sosial yang kompleks di mana identitas individu mengalir ke identitas kelompok. Beberapa kondisi saat berinteraksi dengan manusia lain akan muncul pengaruh terhadap sifat dan perilaku seseorang. Saat individu menjadi massa, tidak ada pemisah antara individu yang menyesuaikan keadaan. Dijelaskan oleh Tajfel dan Turner dalam teori identitas sosial, dan diperkuat oleh penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa individu cenderung menyerap nilai kelompok sebagai bagian dari dirinya. Proses masuknya dalam sebuah kelompok dapat mempererat hubungan kebersamaan, solidaritas antar kelompok.

Proses identifikasi kelompok berlangsung secara intensif, dapat menyebabkan individu kehilangan penilaian kritis terhadap nilai pribadinya. Dalam kondisi ini seseorang lebih cenderung mengikuti peraturan dan emosi massa tanpa refleksi kritis. Fenomena ini dikenal sebagai ego massa ketika seseorang menggeser aliran massa dan hilangnya kesadaran individu. Dalam kondisi ini, ada penurunan kontrol diri dan peningkatan tren perilaku atau irasionalitas. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa orang dapat mengalami situasi demonstrasi yang mengarah pada individu dalam kerumunan dan perilaku dari nilai-nilai pribadi yang berbeda.

Konsep ego massa ini diperkenalkan oleh Gustave Le Bon dalam karyanya *The Crowd: A Study of the Popular Mind* (1895), ia menjelaskan perubahan perilaku individu saat bergabung dengan kerumunan besar. Le Bon menyatakan bahwa dalam kondisi kerumunan, individu kehilangan jati dirinya dan

perundungan hingga bentuk solidaritas dalam upaya mencapai keadilan sosial. Dengan demikian, ego massa merupakan kekuatan yang netral — dapat bersifat merusak atau membangun, tergantung pada nilai, arah, dan tujuan bersama yang mendasarinya.

Keterampilan untuk mengendalikan ego, mempertahankan kesadaran kritis, dan tidak terpengaruh oleh tekanan sosial menjadi krusial agar tidak tersesat dalam kerumunan. Refleksi diri, penguatan identitas individu, dan penguasaan literasi digital serta emosional adalah kunci mempertahankan integritas di tengah dinamika kolektif yang semakin rumit.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hanifiyah, Nadia, & Anas Burhanuddin. (2023). *Penyesuaian Perkawinan Pasangan Hasil Taaruf Yang Menjalani Ldm (Long Distance Marriage) Di Periode Awal Perkawinan (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stdi Imam Syafi'i Jember)*. Sangaji : Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum 7 (2), 162-75. Accessed May 19, 2025. <https://doi.org/https://doi.org/10.52266/sangaji.v7i2.1780>.
- Biro Pengembangan Minat Bakat dan Karir Mahasiswa Universitas Medan Area, (2022). *Mengenal Apa Itu Psikologi Massa?*. Diakses dari <https://bpmbkm.uma.ac.id/2022/05/20/mengenal-apa-itu-psikologi-massa/>, 21 April 2025
- Dariyo, A. (2016). Peran self-awareness dan ego support terhadap kepuasan hidup remaja tionghoa. *Psikodimensia: Kajian Ilmiah Psikologi*, 15(2), 254-274.
- Farid, M., Wijaya, S.E., Lubis, F.M., Sosial, M., & Kebiasaan Hukum, P. (2024). *Kebijakan Kriminologi / Criminal Policy*. Yustisi.
- Firdaus, D., Grayxena, S., Qonita, A. Z., Rakhmawati, N. A., & Hidayat, R. (2022). Analisis Pengaruh Tiktok Terhadap

- Remaja Di Bawah Umur 18 Tahun Pada Masa Pandemi. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 10-20. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v1i1.11>
- Hakim, M. A. (2024). *Sigmund Freud: Sang Perintis Psikoanalisa*. Nuansa Cendekia. Handayani, D., & Sutanto, A. (2020). "Kebutuhan Interaksi Sosial dalam Kehidupan Manusia". *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 5(2), 115–123.
- Hartoyo, A., & Wulandari, S. . (2023). Trauma Masa Kecil Dan Dampaknya Terhadap Kepribadian. *LEARNING : Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(2), 182-192. <https://doi.org/10.51878/learning.v3i2.3259>
- Hidayat, R., & Yuliana, D. (2021). "Fenomena Deindividuasi dalam Massa: Studi Kasus pada Aksi Unjuk Rasa Mahasiswa". *Jurnal Psikologi dan Perilaku Sosial*, 9(1), 45–56.
- Kurniawan, A. (2019). "Ego Massa dan Perubahan Perilaku Sosial: Telaah Psikologi Sosial". *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 6(1), 29–38.
- Natalia, W., & Nurul, W. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Video Musik Bts Interlude : Shadow Dan Outro : Ego. *Al-Tsiqoh : Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 6(2), 27-34. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v6i2.2083>
- Putri, A. S., & Mahendra, G. (2023). "Konformitas Digital dan Partisipasi dalam Cyber Collective Action". *Jurnal Komunikasi Digital*, 11(2), 134–149.
- Rahmawati, S., & Wibowo, T. (2022). "Pengaruh Identitas Sosial terhadap Konformitas dalam Kelompok". *Jurnal Psikologi Kontemporer*, 8(2), 134–142.
- Ratih, G. R. P. H. G., Saparwati, M., & Aprianti, N. I. A. N. I. (2022). Sport Hypnosis: Ego State dalam Mereduksi Anxiety Atlet Tae Kwon Do (Studi Kasus pada Atlet Ppopd

- Tae Kwon Do Kota Salatiga). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(12), 3995-4004.
- Rizki, N. jimatul. (2022). Teori Perkembangan Sosial dan Kepribadian dari Erikson (Konsep, Tahap Perkembangan, Kritik & Revisi, dan Penerapan). *Epistemic: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(2), 153–172.
<https://doi.org/10.70287/epistemic.v1i2.13>
- Saragih, M. G., Manullang, S. O., & Hutahaean, J. (2020). *Marketing Era Digital*. CV. Andalan Bintang Ghonim.
- Sari, N., & Nugroho, R. (2021). *Sosiologi Interaksi dan Struktur Sosial*. Yogyakarta: Media Ilmu Press.
- Smith, L. G. E., Thomas, E. F., & McGarty, C. (2020). Collective identity and social movements. *Current Opinion in Psychology*, 35, 12–16.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.02.004>
- Sosial79. (2022). *Psikologi Massa: Pengertian, Konsep, dan Penerapannya*. Diakses dari
<https://www.sosial79.com/2022/10/psikologi-massa-pengertian-konsep-dan.html>
- Talitha, H. F, Siti, D. Y, Inggit, W., & Bakhrudin, A. H. (2024). Memahami Hakikat Manusia Berdasarkan Teori Konseling Psikoanalisis. *Journal Innovation In Education*, 2(2), 158–176. <https://doi.org/10.59841/inoved.v2i2.1200>
- Tufekci, Z. (2021). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

PROFIL PENULIS



Fa'ila Ulfa Zahrotul Firdausy

Lahir di Sukoharjo pada 29 Januari 2001. Saat ini sedang menempuh studi Magister Pendidikan Agama Islam di UIN Raden Mas Said Surakarta. Pendidikan formal dimulai dari SD Islam Al-Fattah Surakarta (lulus 2013), dilanjutkan ke Pondok Pesantren MTs NDM Surakarta (lulus 2016), kemudian ke Kulliyatul Mu'allimat Al- Islamiyyah NDM Surakarta (lulus 2020), dan menyelesaikan

Strata 1 di Institut Islam Mamba'ul 'Ulum (IIM) Surakarta Jurusan PAI. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, putri dari Drs. Sunarno dan Umi Latipah, S.Ag., S.Pd. Memiliki latar belakang hafalan Al-Qur'an sebanyak 7 juz, aktif mengikuti seminar-seminar keilmuan dan kegiatan pengembangan diri. Beberapa artikel karyanya telah berhasil diterbitkan di media daring. Selain itu, penulis juga pernah mendapatkan penghargaan dalam bidang editing foto. Penulis memiliki semangat hidup yang dilandasi oleh keinginan untuk selalu bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Prinsip hidup yang dipegang adalah bahwa setiap langkah harus diupayakan sebagai bentuk pengabdian dan jalan menuju keberkahan dunia dan akhirat, selama masih diberi kesempatan oleh Allah SWT.

BAB 12

PROPAGANDA

Muhammad Shidiq Al Aziiz
Universitas Raden Mas Said, Surakarta
E-mail: mshidiqalaziiz@gmail.com

PENDAHULUAN

Opini publik merupakan elemen krusial dalam dinamika sosial, karena mencerminkan pandangan, sikap, dan keyakinan masyarakat terhadap berbagai isu, seperti kebijakan pemerintah, pemilihan umum, dan peristiwa sosial. Dalam hal ini, propaganda dan disinformasi berperan besar dalam membentuk persepsi publik. Propaganda adalah bentuk komunikasi yang sengaja dirancang untuk memengaruhi sikap serta perilaku individu atau kelompok melalui penyebaran informasi yang telah dikemas secara strategis. Sementara itu, disinformasi mengacu pada penyebaran informasi yang keliru atau menyesatkan, baik secara disengaja maupun tidak, dengan tujuan membingungkan masyarakat atau mengubah cara pandang mereka terhadap suatu isu.

Hubungan antara propaganda dan opini publik sangat erat, karena sejak dahulu propaganda digunakan sebagai alat untuk mengendalikan persepsi masyarakat dengan menyebarkan informasi yang mendukung agenda tertentu. Propaganda dapat dianggap sebagai mekanisme kontrol opini, di mana tujuannya adalah memengaruhi serta mengarahkan pandangan publik. Dalam praktiknya, propaganda sering kali diawali dengan pembentukan opini melalui penyampaian pesan-pesan yang dirancang secara strategis, kemudian diperkuat melalui berbagai saluran media guna memastikan pesan tersebut diterima dan diinternalisasi oleh masyarakat.

Dampak propaganda dan disinformasi terhadap opini publik sangatlah besar. Paparan terus-menerus terhadap informasi yang keliru atau menyesatkan dapat membentuk persepsi yang tidak akurat mengenai isu-isu penting. Akibatnya, masyarakat semakin terpolarisasi, dengan kelompok-kelompok yang memiliki pandangan berbeda menjadi semakin terpisah. Selain itu, kepercayaan publik terhadap institusi dapat terganggu, yang pada akhirnya berpotensi menciptakan ketidakstabilan social (Youna Bachtiar et al., 2016).

Pengaruh propaganda dan disinformasi terhadap opini publik adalah fenomena yang kompleks dan memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak. Dalam era yang semakin terhubung, masyarakat perlu memiliki kemampuan berpikir kritis dalam menganalisis informasi yang mereka terima. Edukasi media menjadi faktor kunci dalam membantu individu memahami mekanisme propaganda serta mengenali disinformasi, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih bijak berdasarkan fakta yang valid dan dapat dipercaya.

PENGERTIAN DAN SEJARAH PROPAGANDA

Secara umum, propaganda adalah upaya sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi kognisi, dan mengarahkan perilaku demi mencapai tujuan yang dikehendaki oleh pihak tertentu. Kata ini berasal dari bahasa Latin "*propagare*" yang berarti menyebarkan atau memperluas. Pada abad ke-17, propaganda pertama kali digunakan oleh Gereja Katolik Roma dalam konteks penyebaran agama, namun kemudian menjadi alat politik yang sangat efektif dalam memengaruhi opini publik.

Menurut Jacques Ellul (2021) dalam *Propaganda: Wie die öffentliche Meinung entsteht und geformt wird*, propaganda bukan hanya informasi palsu, melainkan sistem komunikasi

konteks, termasuk politik, perang, dan ekonomi. Berbagai teknik digunakan dalam penyebarannya, seperti pengulangan pesan, penggunaan simbol, dan manipulasi emosi.

Media memainkan peran penting dalam efektivitas propaganda. Seiring berkembangnya teknologi, propaganda yang dahulu disebarkan melalui selebaran dan surat kabar kini lebih cepat dan luas melalui televisi, internet, dan media sosial. Secara keseluruhan, propaganda memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik dan arah kebijakan. Oleh karena itu, pemahaman kritis terhadap propaganda menjadi hal yang penting agar masyarakat dapat memilah informasi dengan bijak dan tidak mudah terpengaruh oleh manipulasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bonard, C., Contesi, F., & Marques, T. (2024). The defectiveness of propaganda. *The Philosophical Quarterly*, 74(4), 1080-1102.
- Cole, R. (2022). *Encyclopaedia of propaganda*. Routledge.
- Ellul, J. (2021). *Propaganda: Wie die öffentliche Meinung entsteht und geformt wird*. Westend Verlag GmbH.
- Guess, A. M., & Lyons, B. A. (2020). Misinformation, disinformation, and online propaganda. *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform*, 10, 10-33.
- Hobbs, R. (2020). Propaganda in an age of algorithmic personalization: Expanding literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*, 55(3), 521-533.
- Martino, G. D. S., Cresci, S., Barrón-Cedeño, A., Yu, S., Di Pietro, R., & Nakov, P. (2020). A survey on computational propaganda detection. *arXiv preprint arXiv:2007.08024*.
- Mattingly, D. C., & Yao, E. (2022). How soft propaganda persuades. *Comparative Political Studies*, 55(9), 1569-1594.

- Youna Bachtiar, A., Hikmah Perkasa, D., Rizki Sadikun, M., Arjuna Utara No, J., Tomang, T., Jeruk, K., & Barat, J. (2016). Peran Media Dalam Propaganda. *Peran Media Dalam Propaganda Jurnal Komunikologi*, 13, 78.
- Zou, S. (2023). Restyling propaganda: popularized party press and the making of soft propaganda in China. *Information, Communication & Society*, 26(1), 201-217.

PROFIL PENULIS



Muhammad Shidiq Al Aziiz

Penulis adalah seorang penulis dan akademisi yang aktif di bidang literasi dan penelitian sosial. Ia meraih gelar sarjana dari Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dan kini melanjutkan studi pada jenjang magister di universitas yang sama. Sejak masa studi sarjana, ia telah menghasilkan berbagai artikel ilmiah dan opini yang telah diterbitkan dalam jurnal.

Saat ini, ia tengah mengembangkan proyek penelitian mengenai dampak media digital terhadap pola pikir generasi muda. Dengan dedikasi dan semangatnya dalam dunia literasi, ia berkomitmen untuk terus berkontribusi dalam memperluas pemahaman tentang komunikasi dan informasi di era modern.

BAB 13

KEKERASAN MASSA

Irdianti
Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar
E-mail: irdiantipsi@unm.ac.id

PENDAHULUAN

Kekerasan massa merupakan bentuk agresif yang dilakukan oleh sekelompok individu terhadap sasaran tertentu, baik individu, kelompok lain, maupun fasilitas umum. Fenomena ini tidak selalu bersifat spontan, melainkan kerap menjadi hasil dari akumulasi ketegangan sosial, ketidakpuasan politik, ketimpangan ekonomi, serta persepsi terhadap ketidakadilan (Abidin, 2024). Di Indonesia, kekerasan massa dapat ditemukan dalam bentuk, mulai dari demonstrasi yang berakhir ricuh, pembakaran fasilitas publik, penyerangan terhadap kelompok minoritas, hingga aksi main hakim sendiri terhadap pelaku kriminal.

Dari sudut pandang psikologi, kekerasan massa tidak sekadar dipahami sebagai perilaku menyimpang individu, tetapi sebagai manifestasi dari dinamika sosial-psikologis dalam kelompok. Individu yang tergabung dalam massa sering mengalami hilangnya identitas pribadi dan rasa tanggung jawab, serta lebih rentan terpengaruh oleh norma atau tekanan kelompok. Fenomena ini dikenal sebagai deindividuasi, yaitu kondisi ketika identitas pribadi larut dalam identitas kolektif, sehingga perilaku menjadi lebih impulsif, emosional, dan tidak terkendali (Myers & Twenge, 2020).

Lebih lanjut kekerasan massa juga dapat dijelaskan melalui teori identitas sosial (Tajfel & Turner, 1979), yang menyoroti kecenderungan individu untuk mengkategorikan diri mereka ke

dalam kelompok tertentu (*ingroup*) dan membandingkannya dengan kelompok lain (*outgroup*). Dalam konteks ini, konflik sering kali diperburuk oleh narasi “kami *versus* “mereka” yang menciptakan polarisasi dan dehumanisasi terhadap kelompok lawan. Peristiwa kerusuhan di Papua pada 2019 menjadi contoh nyata, di mana identifikasi kelompok yang kuat dan sentiment terhadap kelompok luar turut memperkuat eskalasi kekerasan (ICJR, 2020).

Teori frustrasi-agresi (Dollard et al., 1939) juga relevan untuk memahami akar kekerasan massa. Menurut teori ini, agresi merupakan hasil dari frustrasi yang muncul ketika harapan individu atau kelompok tidak terpenuhi. Ketika frustrasi ini tidak tersalurkan secara konstruktif, maka kekerasan dapat menjadi bentuk ekspresi alternatif. Dalam masyarakat yang menghadapi ketimpangan struktural dan lemahnya institusi hukum, kekerasan kolektif yang kerap dianggap sebagai satu-satunya jalan untuk memperoleh keadilan. Fenomena ini tercermin dalam berbagai kasus *vigilante justice* di Indonesia, di mana masyarakat lebih memilih untuk menghakimi pelaku kejahatan secara langsung dibanding mempercayakannya kepada aparat penegak hukum (Kusuma & Nurhalimah, 2023).

Di era digital, peran media terutama media sosial semakin memperkuat potensi kekerasan massa. Informasi yang tidak diverifikasi, ujaran kebencian, serta konten provokatif dapat menyebar dengan sangat cepat dan memicu penularan emosi (*emotional contagion*) dalam kelompok (Pratama, 2022). Mobilisasi massa kini tidak lagi membutuhkan waktu lama, karena *platform* digital memungkinkan koordinasi instan dan peningkatan respons emosional kolektif.

Dengan demikian, kekerasan massa merupakan fenomena kompleks yang dipicu oleh interaksi antar faktor eksternal dan proses psikologis internal dalam kelompok. Aspek seperti deindividuasi, konformitas, identitas sosial, serta regulasi emosi

- Baron, R. A., Branscombe, N. R., & Byrne, D. (2021). *Social psychology* (15th ed.). Pearson.
- Baron, R. S., Kerr, N. L., & Miller, N. (1992). *Group process, group decision, group action*. Open University Press.
- Barsade, S. G. (2002). The ripple effect: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative Science Quarterly*, 47(4), 644–675. <https://doi.org/10.2307/3094912>
- Berkowitz, L. (1989). Frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin*, 106(1), 59–73. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.1.59>
- Brackett, M. A., Rivers, S. E., Reyes, M. R., & Salovey, P. (2011). Enhancing academic performance and social competence with the RULER feeling words curriculum. *Learning and Individual Differences*, 22(2), 218–224. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2010.10.002>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Allyn & Bacon.
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Della Porta, D., & Tarrow, S. (2005). *Transnational protest and global activism*. Rowman & Littlefield.
- Diener, E. (1980). Deindividuation: The absence of self-awareness and self-regulation in group members. In P. B. Paulus (Ed.), *Psychology of group influence* (pp. 209–242). Lawrence Erlbaum.

- Dollard, J., Doob, L. W., Miller, N. E., Mowrer, O. H., & Sears, R. R. (1939). *Frustration and aggression*. Yale University Press.
- Galtung, J. (1996). *Peace by peaceful means: Peace and conflict, development and civilization*. SAGE Publications.
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1994). *Emotional contagion*. Cambridge University Press.
- Hirsch-Hoefler, S., Canetti, D., Rapaport, C., & Hobfoll, S. E. (2014). Conflict will harden your heart: Exposure to violence, psychological distress, and peace barriers in Israel and Palestine. *British Journal of Political Science*, 44(4), 731–749. <https://doi.org/10.1017/S0007123413000434>
- ICJR. (2020). *Laporan investigasi kerusuhan Papua: Diskriminasi, kekerasan dan kegagalan penegakan hukum*. Institute for Criminal Justice Reform.
- Janis, I. L. (1972). *Victims of groupthink: A psychological study of foreign-policy decisions and fiascoes*. Houghton Mifflin.
- Janis, I. L. (1982). *Groupthink: Psychological studies of policy decisions and fiascoes* (2nd ed.). Houghton Mifflin.
- Kagan, C., Burton, M., Duckett, P., Lawthom, R., & Siddiquee, A. (2011). *Critical community psychology*. Wiley-Blackwell.
- Kusuma, H. R., & Nurhalimah, I. (2023). Viral emotions and collective action: The role of social media in mass protests in Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 21(1), 77–90.
- Lederach, J. P. (2003). *The little book of conflict transformation*. Good Books.
- Mbah, M. F., & Wasum, D. F. (2022). Artificial intelligence and conflict early warning systems: A review. *Conflict Studies Quarterly*, 41, 54–71.
- Myers, D. G., & Twenge, J. M. (2020). *Social psychology* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

- Olzak, S., & Shanahan, S. (2003). Delinquent regimes and the social control of protest. *Social Forces*, 82(1), 87–113. <https://doi.org/10.1353/sof.2003.0084>
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (2002). Intergroup differentiation in computer-mediated communication: Effects of depersonalization. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(1), 3–16. <https://doi.org/10.1037/1089-2699.6.1.3>
- Pratama, R. (2022). Dinamika psikososial dalam demonstrasi mahasiswa: Studi kasus aksi September 2019. *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(2), 112–127.
- Rao, V. (2009). *The social impact of conflict in India* (Policy Research Working Paper No. 5020). World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-5020>
- Reicher, S. D., Haslam, S. A., & Rath, R. (2008). Making a virtue of evil: A five-step social identity model of the development of collective hate. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(3), 1313–1344. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2008.00113.x>
- Reicher, S., & Stott, C. (2004). The psychology of crowd dynamics. In M. A. Hogg & J. Cooper (Eds.), *The SAGE handbook of social psychology* (pp. 182–202). SAGE Publications.
- Smelser, N. J. (2011). *Theory of collective behavior*. Quid Pro Books. (Karya asli diterbitkan 1963)
- Sudirman, R., & Hidayat, R. (2023). Narasi media dan konflik sosial: Studi framing berita dalam kekerasan berbasis identitas. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(1), 55–70.
- Sunstein, C. R. (2001). *Echo chambers: Bush v. Gore, impeachment, and beyond*. Princeton University Press.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.),

- The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (2nd ed., pp. 7–24). Nelson-Hall.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Varshney, A. (2002). *Ethnic conflict and civic life: Hindus and Muslims in India*. Yale University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe report.
- Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. In W. J. Arnold & D. Levine (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol. 17, pp. 237–307). University of Nebraska Press.
- Zimbardo, P. G. (2007). *The Lucifer effect: Understanding how good people turn evil*. Random House.

PROFIL PENULIS



Irdianti, S.Psi., M.Si

Penulis lahir di Bulukumba tanggal 15 Desember 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Psikologi Universitas Negeri Makassar sejak tahun 2019. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Psikologi di Universitas Negeri Makassar pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan Magister

Psikologi di Universitas Airlangga pada tahun 2017, dengan peminatan Psikologi Komunitas. Dalam kapasitasnya sebagai pengajar, penulis mengampu sejumlah mata kuliah seperti Pengantar Psikologi Sosial, Psikologi Sosial Terapan, Psikologi Gender, Proses dan Fungsi Mental, Psikologi Perdamaian, Asesmen dan Intervensi Perdamaian, Psikologi Komunitas, Pengembangan Komunitas, serta Asesmen dan Intervensi Komunitas. Sebagai akademisi, penulis aktif dalam kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan isu-isu sosial dan psikologis yang berkembang di masyarakat. Penulis memiliki minat yang kuat terhadap pengembangan komunitas berbasis pendekatan psikologi serta pemberdayaan masyarakat dalam menciptakan perubahan sosial yang positif.

BAB 14

RESOLUSI KONFLIK

Inda Puspita Sari
Universitas Cenderawasih, Jayapura
E-mail: indasarira@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Kehidupan individu, kelompok, organisasi dan negara, tidak dapat dipisahkan dengan satu bagian yang disebut konflik. Konflik dapat terjadi dan muncul sebagai suatu respon dari ketidaksesuaian kepentingan, tujuan maupun nilai. Konflik pada umumnya dipandang sebagai sesuatu yang negatif dan dapat memicu pertikaian, perdebatan dan mengarah pada tindakan yang merusak.

Tidak dipungkiri jika konflik dalam suatu kondisi tertentu, suatu konflik yang terjadi dapat membuat suatu perubahan yang positif dan berdampak lebih baik dalam suatu hubungan jika dapat dikelola dan diselesaikan dengan cara penyelesaian yang tepat. Penyelesaian konflik atau lebih dikenal resolusi konflik, merupakan suatu pendekatan dengan tujuan untuk menyelesaikan konflik yang berfokus cara atau metode yang lebih positif sehingga menciptakan suatu solusi yang membawa kondisi damai pada suatu ketegangan yang terjadi.

Resolusi konflik lebih menekankan pada suatu tujuan untuk menyelesaikan suatu konflik dengan mengidentifikasi penyebab permasalahan, mengakomodasi kepentingan pihak yang terlibat dalam konflik dan kemudian menciptakan atau membangun hubungan yang positif dan berkelanjutan. Terdapat beberapa metode dalam resolusi konflik yang dikembangkan guna menyesuaikan dengan konflik yang terjadi. Pada bab Resolusi

Konflik ini, akan membahas terkait konsep resolusi konflik, prinsip, model, strategi dan metode dan teknik resolusi konflik.

KONFLIK

Defenisi Konflik

Stepanova et al., (2020) mengemukakan bahwa Konflik adalah istilah yang mencakup berbagai kepentingan atau ketidaksepakatan yang berbeda dan disebut dalam sejumlah cara, termasuk: perselisihan, benturan kepentingan, persaingan kepentingan, atau sekadar masalah. Lamorde & Ibebunjo (2022) mengemukakan bahwa Konflik memang merupakan bagian tak terpisahkan dari alam. Manusia, baik secara individu maupun kelompok, kerap kali mengalami konflik. Konflik terjadi dalam diri individu, antara satu orang dengan orang lain, antara satu kelompok dengan kelompok lain. Cohen (2010) menjelaskan bahwa Konflik dapat terjadi dalam konteks kooperatif dan kompetitif (Deutsch, 1973), serta dalam konteks "motif campuran" yang ditandai dengan kombinasi fitur kompetitif dan kooperatif (Kelley et al., 2003; Schelling, 1980).

Ndeche & Iroye (2022; Rahim, 2017) mengemukakan bahwa konflik adalah suatu proses interaktif yang diwujudkan dalam ketidakcocokan, perselisihan, atau disonansi dalam atau antar entitas sosial (individu, kelompok, organisasi, dll). Lebih lanjut dijelaskan bahwa Konflik merupakan Tindakan individu atau kelompok untuk mewujudkan kepentingan mereka di atas kepentingan orang lain (Ndeche & Iroye, 2022).

Level Konflik

Nnaemeka (2019) mengemukakan bahwa Konflik dapat terjadi pada berbagai level atau tingkatan. Tingkatan ini dapat dikelompokkan menjadi lima, yaitu sebagai berikut :

1. *Intrapersonal conflict*

Konflik intrapersonal terjadi pada tingkat individu atau

sangat penting dalam mengelola konflik yang muncul karena disebabkan oleh perbedaan kepentingan, nilai dan tujuan yang berbeda menjadi konstruktif.

Dampak konflik tidak selalu negative tetapi akan menjadi peluang untuk perubahan yang lebih positif jika menggunakan metode atau pendekatan yang tepat. Pemahaman terkait penyebab terjadinya konflik, cara atau metode penyelesaian konflik merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam resolusi konflik. Resolusi konflik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan semua pihak untuk menciptakan perdamaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan, T. (2001). *Conflict resolved?: A critical assessment of conflict resolution*. A & C Black.
- Cohen, T. R. (2010). *Conflict resolution*. 390–391. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0219>
- Ibe, I. (2018). *Alternative Dispute Resolution (ADR) in Nigeria*. Bookpoint Educational Ltd.
- Lamorde, R. ., & Ibebunjo, B. (2022). Theoretical Underpinnings of Violent Conflict in Nigeria: A Perspektictive on Boko Haram Islamic Sect. *Noun International Journal of Peace Studies and Conflict Resolution (NIJPCR)*, 2.
- Miller, C. . (2003). *A Glossary of Terms and Concepts in Peace and Conflict*. University for Peace.
- Ndeche, O., & Iroye, S. . (2022). Key Theories in Peace and Conflict Studies and Their Impact On the Study and Practice. *Noun International Journal of Peace Studies and Conflict Resolution (NIJPCR)*, 2.
- Nnaemeka, F. O. (2019). Mediation and Methods of Conflict Resolution. In *Introduction To Peace & Conflict*.
- Sanson, A., & Bretherton, D. (2001). Conflict resolution: theoretical and practical solutions. In *Peace, conflict and*

violence peace psychology for the 21st century (1st ed.).
Prentice Hall.

- Stepanova, O., Polk, M., & Saldert, H. (2020). Understanding mechanisms of conflict resolution beyond collaboration: an interdisciplinary typology of knowledge types and their integration in practice. *Sustainability Science*, 15, 263–279.
- Subramoniam, S. (2004). Conflicts: Types, Causes And Resolution Strategies. *Paradigm*, VIII, 55–62.
- Wani, H. (2011). Understanding Conflict Resolution. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1.

PROFIL PENULIS



Inda Puspita Sari

Lahir pada 25 Oktober 1990, di kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan dan saat ini menetap di Kota Jayapura Provinsi Papua. Menyelesaikan pendidikan mulai dari SD, SMP dan SMA di Kota Palopo. Menempuh pendidikan program S1 di Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar di kota Makassar pada tahun 2009 – 2013 dan kemudian melanjutkan pendidikan pada program S2 dengan peminatan Psikologi Komunitas dan Pembangunan di Fakultas Psikologi Universitas Airlangga di Surabaya pada tahun 2014 – 2016. Tahun 2016 – 2017, memulai karir sebagai Dosen kontrak yang mengajar pada bidang Psikologi Sosial di Kota Makassar dan juga bergabung pada lembaga Konsultan Psikologi. Pada Tahun 2018, menjadi Dosen tetap di Universitas Cenderawasih Fakultas Kedokteran. Sebagai dosen, aktif dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dan juga kegiatan – kegiatan diluar kampus lainnya.

BAB 15

STRATEGI PENGENDALIAN MASSA

DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI MASSA

Naftalen Koanda
Universitas Bosowa, Makassar
E-mail: Natfalen90@gmail.com

PENDAHULUAN

Kerumunan massa merupakan fenomena sosial yang mencerminkan dinamika kolektif yang kompleks, di mana individu dapat mengalami perubahan perilaku akibat pengaruh kelompok. Dalam berbagai situasi, seperti demonstrasi politik, perayaan olahraga, atau aksi solidaritas, individu cenderung berpotensi kehilangan sebagian dari identitas personal mereka dan bertindak lebih emosional dibandingkan dalam keadaan normal (Pizarro et al., 2022). Menurut Crossey et al. (2021), fenomena ini dikenal sebagai deindividuasi, yaitu sebuah kondisi di mana perasaan anonimitas dalam kelompok besar membuat seseorang lebih mudah terpengaruh oleh arus emosi kolektif.

Selain itu, kerumunan massa juga berhubungan erat dalam pembentukan opini publik serta perubahan sosial. Demonstrasi besar-besaran yang dilakukan secara damai dapat menjadi alat advokasi yang efektif dalam menyuarakan aspirasi politik atau sosial, sebagaimana terlihat dalam gerakan seperti *Black Lives Matter* atau demonstrasi pro-demokrasi di berbagai negara (Gustafson, 2020). Namun, di sisi lain, ketika dinamika kelompok tidak terkendali, kerumunan dapat berubah menjadi kekuatan destruktif yang menimbulkan kerusuhan dan kekerasan. Faktor-faktor seperti provokasi, tekanan kelompok,

serta ketegangan antara massa dan aparat keamanan kerap menjadi pemicu eskalasi yang sulit dihentikan.

Fenomena kerumunan massa tidak dapat dipisahkan dari kajian psikologi massa, yang berusaha memahami bagaimana individu dalam kelompok besar mengalami perubahan kognitif, emosional, dan perilaku. Menurut Goldenberg et al. (2021), psikologi massa menyoroti bagaimana faktor-faktor seperti anonimitas, sugestibilitas, dan emosi kolektif dapat mempengaruhi tindakan individu dalam sebuah kerumunan. Ketika seseorang berada dalam massa, mereka cenderung kehilangan kendali individu dan lebih mudah terbawa oleh atmosfer kelompok, baik dalam bentuk solidaritas maupun aksi yang lebih impulsif. Psikologi massa berperan dalam memahami mekanisme yang mendasari perilaku kolektif ini, terutama dalam pengendalian massa guna mencegah potensi eskalasi konflik dan kekerasan.

Dalam sejarah sosial, banyak peristiwa menunjukkan bagaimana massa dapat menjadi kekuatan yang konstruktif maupun destruktif. Misalnya, Gerakan Hak Sipil di Amerika Serikat pada 1960-an berhasil membawa perubahan sosial melalui aksi damai yang terorganisir (Dobbin & Kalev, 2021). Sebaliknya, insiden seperti kerusuhan di Los Angeles pada tahun 1992 menunjukkan bagaimana kemarahan kolektif yang tidak terkendali dapat berujung pada kekacauan dan kerusakan infrastruktur (Bloch, 2020). Dalam kedua kasus tersebut, faktor utama yang membedakan adalah bagaimana emosi kolektif dikelola dan diarahkan. Gerakan yang terorganisir dengan kepemimpinan yang kuat dan strategi komunikasi yang efektif cenderung menghasilkan perubahan yang positif, sementara kerumunan yang terbentuk secara spontan tanpa kendali yang jelas lebih rentan terhadap aksi anarkis dan destruktif.

Menurut laporan dari United Nations Human Rights Office (OHCHR) tahun 2023, lebih dari 60% aksi massa di berbagai

- Fernando Valley. *Cultural Geographies*, 27(3), 379–394.
<https://doi.org/10.1177/1474474019881997>
- Brown, R. (2020). The social identity approach: Appraising the Tajfellian legacy. *British Journal of Social Psychology*, 59(1), 5–25.
<https://doi.org/10.1111/bjso.12349>
- Crossey, B. P., Atherton, G., & Cross, L. (2021). Lost in the crowd: Imagining walking in synchrony with a crowd increases affiliation and deindividuation. *PLoS ONE*, 16(7), 1–11.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0254017>
- Dafoe, A., Hatz, S., & Zhang, B. (2021). Coercion and Provocation. *Journal of Conflict Resolution*, 65(2–3), 372–402. <https://doi.org/10.1177/0022002720957078>
- Dobbin, F., & Kalev, A. (2021). The Civil Rights Revolution at Work: What Went Wrong. *Annual Review of Sociology*, 47(1), 281–303. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-090820-023615>
- Finnemore, M., & Jurkovich, M. (2020). The Politics of Aspiration. *International Studies Quarterly*, 64(4), 759–769. <https://doi.org/10.1093/isq/sqaa052>
- Goldenberg, A., Weisz, E., Sweeny, T. D., Cikara, M., & Gross, J. J. (2021). The Crowd-Emotion- Amplification
- Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35(1), 49–54.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Gustafson, D. (2020). Hunger to Violence: Explaining the Violent Escalation of Nonviolent Demonstrations. *Journal of Conflict Resolution*, 64(6), 1121–1145.
<https://doi.org/10.1177/0022002719890669>

- Hildebrand, L. K., Jusuf, C. C., & Monteith, M. J. (2020). Ally confrontations as identity-safety cues for marginalized individuals. *European Journal of Social Psychology*, 50(6), 1318–1333. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2692>
- Ives, B., & Lewis, J. S. (2020). From Rallies to Riots: Why Some Protests Become Violent. *Journal of Conflict Resolution*, 64(5), 958–986. <https://doi.org/10.1177/0022002719887491>
- Jaidka, K., Zhou, A., Lelkes, Y., Egelhofer, J., & Lecheler, S. (2022). Beyond Anonymity: Network Affordances, Under Deindividuation, Improve Social Media Discussion Quality. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(1), 1–23. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab019>
- Jensen, M. A., Atwell Seate, A., & James, P. A. (2020). Radicalization to Violence: A Pathway Approach to Studying Extremism. *Terrorism and Political Violence*, 32(5), 1067–1090. <https://doi.org/10.1080/09546553.2018.1442330>
- Khattak, M. N., Zolin, R., & Muhammad, N. (2021). The combined effect of perceived organizational injustice and perceived politics on deviant behaviors. *International Journal of Conflict Management*, 32(1), 62–87. <https://doi.org/10.1108/IJCMA-12-2019-0220>
- Kruglanski, A. W., Ellenberg, M., Szumowska, E., Molinario, E., Speckhard, A., Leander, N. P., Pierro, A., Di Cicco, G., & Bushman, B. J. (2023). Frustration–aggression hypothesis reconsidered: The role of significance quest. *Aggressive Behavior*, 49(5), 445–468. <https://doi.org/10.1002/ab.22092>
- Marsela, F., Rahmiyati, E., Putri, S. N., & Martunis, M. (2024). Deindividuation Tendency: Conflict Management among

- College Students. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 16(2), 1851–1863. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i2.4884>
- Oz, M., & Cetindere, E. N. O. (2023). Perceived Social Sanctions and Deindividuation: Understanding the Silencing Process on Social Media Platforms. *International Journal of Communication*, 17(1), 3293–3314.
- Pachankis, Y. (2022). Mass Surveillance, Behavioural Control, And Psychological Coercion the Moral Ethical Risks in Commercial Devices. *Computer Science & Information Technology*, 12(13), 151–168. <https://doi.org/10.5121/csit.2022.121313>
- Pizarro, J. J., Zumeta, L. N., Bouchat, P., Włodarczyk, A., Rimé, B., Basabe, N., Amutio, A., & Páez, D. (2022). Emotional processes, collective behavior, and social movements: A meta- analytic review of collective effervescence outcomes during collective gatherings and demonstrations. *Frontiers in Psychology*, 13(1), 1–28.
- Polletta, F., & Redman, N. (2020). When do stories change our minds? Narrative persuasion about social problems. *Sociology Compass*, 14(4), 1–11. <https://doi.org/10.1111/soc4.12778>
- Van Kleef, G. A., & Côté, S. (2022). The Social Effects of Emotions. *Annual Review of Psychology*, 73(1), 629–658. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-020821-010855>
- van Prooijen, J. W., Spadaro, G., & Wang, H. (2022). Suspicion of institutions: How distrust and conspiracy theories deteriorate social relationships. *Current Opinion in Psychology*, 43(1), 65–69. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.06.013>
- Xu, X. (2021). To Repress or to Co-opt? Authoritarian Control in the Age of Digital Surveillance. *American Journal of Political Science*, 65(2), 309–325. <https://doi.org/10.1111/ajps.12514>

PROFIL PENULIS



Naftalen Koanda

Penulis adalah seorang dosen tetap di Fakultas Psikologi Universitas Bosowa dan praktisi psikologi klinis. Ia menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di Universitas 45 Makassar pada tahun 2014 dan menyelesaikan jenjang Magister Psikologi Profesi (S-2) di Universitas Persada Indonesia YAI pada tahun 2018. Saat ini penulis aktif dalam mengajar dan menjalankan praktek layanan psikologi dalam bidang psikologi klinis. Selain itu, penulis juga aktif melakukan riset psikologi klinis dan intervensi psikologi klinis, serta melakukan psikoedukasi kepada masyarakat. Buku ini merupakan upaya penulis untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada masyarakat mengenai psikologi dalam bidang sosial.

BAB 16

PERAN PERILAKU MASSA DALAM PEMBENTUKAN DAN PENYEBARAN AGRESI KOLEKTIF

Muhrajan Piara
Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar
E-mail: muhrajan.piara@unm.ac.id

PENDAHULUAN

Perilaku massa merupakan fenomena sosial yang menampilkan pola interaksi dan reaksi psikologis yang berbeda ketika individu bertindak sebagai bagian dari kelompok besar dibandingkan saat bertindak secara individual (Drury & Reicher, 2020). Fenomena ini sangat kompleks karena melibatkan interaksi dinamis antara individu dengan norma sosial, identitas kelompok, dan kondisi situasional yang dapat mendorong munculnya perilaku ekstrem, termasuk agresi kolektif.

Agresi kolektif didefinisikan sebagai tindakan agresif yang dilakukan oleh sekelompok orang secara bersamaan, yang berpotensi menimbulkan kerusakan fisik, sosial, bahkan psikologis dalam skala luas (Wang, Li, & Chen, 2023). Fenomena ini bukan hanya muncul dari naluri kekerasan semata, melainkan merupakan hasil interaksi psikologis dan sosial yang kompleks, di mana perilaku massa menjadi medan bagi terjadinya eskalasi emosi dan konflik antar kelompok.

Bab ini bertujuan menguraikan peran perilaku massa dalam pembentukan dan penyebaran agresi kolektif dengan mengintegrasikan teori-teori psikologi sosial utama, mekanisme psikologis yang mendasari, serta faktor kontekstual yang memperkuat dan mempercepat agresi kolektif. Selain itu, akan dibahas pula implikasi praktis dan strategi penanganan

berdasarkan riset terbaru, serta disertai contoh kasus nyata untuk memperkuat pemahaman.

TEORI-TEORI PSIKOLOGI SOSIAL YANG MENDUKUNG PEMAHAMAN PERILAKU MASSA DAN AGRESI KOLEKTIF

Teori Deindividuasi

Deindividuasi adalah konsep klasik dalam psikologi sosial yang pertama kali dikenalkan oleh Festinger, Pepitone, dan Newcomb (1952) melalui studi mereka yang menemukan bahwa individu dalam kerumunan cenderung kehilangan kesadaran akan identitas personal dan rasa tanggung jawab individual. Dalam situasi tersebut, individu merasa anonim sehingga kontrol diri melemah, menyebabkan perilaku yang cenderung impulsif dan menyimpang, termasuk agresif.

Zimbardo (1969) mengembangkan teori ini dengan menyoroti bagaimana anonimitas dan intensitas stimulasi dalam kerumunan dapat menciptakan keadaan psikologis di mana individu melepaskan kendali sosial dan moralnya. Ini menjadi landasan untuk memahami kenapa tindakan destruktif seperti kekerasan dan vandalisme lebih mungkin terjadi dalam konteks massa.

Huang dan Zhou (2021) melakukan penelitian eksperimental yang menunjukkan bahwa deindividuasi meningkatkan perilaku agresif, terutama ketika norma kelompok memfasilitasi perilaku tersebut. Namun, mereka juga menekankan bahwa deindividuasi bukanlah proses mekanistik: efeknya sangat tergantung pada norma sosial kelompok dan konteks situasional. Jika norma kelompok mendukung perilaku prososial, deindividuasi justru bisa mendorong perilaku positif.

Selain itu, Postmes dan Spears (1998) dalam meta-analisis mereka menekankan pentingnya pengaruh norma kelompok

- Garcia, R., & Thompson, J. (2023). Economic inequality and collective violence: A social psychological perspective. *Journal of Social Issues*, 79(1), 45–63. <https://doi.org/10.1111/josi.12456>
- Huang, L., & Zhou, X. (2021). The role of deindividuation in collective aggression: Evidence from experimental and field studies. *Aggressive Behavior*, 47(4), 382–393. <https://doi.org/10.1002/ab.21935>
- Kim, S., & Lee, H. (2022). Emotional contagion and group aggression: The impact of anger and fear in collective behavior. *Group Processes & Intergroup Relations*, 25(3), 343–358. <https://doi.org/10.1177/13684302211012345>
- Le Bon, G. (1895). *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. (Reinterpreted in Drury, J., 2022).
- Parkinson, B. (2011). Emotional contagion: A social psychological review. In J. M. Haviland-Jones & L. Feldman Barrett (Eds.), *Handbook of Emotions* (3rd ed., pp. 694–708). Guilford Press.
- Postmes, T., & Spears, R. (1998). Deindividuation and antinormative behavior: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 123(3), 238–259. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.123.3.238>
- Reicher, S., Cassidy, C., Wolpert, L., Hopkins, N., & Levine, M. (2021). Social identity and collective action: How social psychology explains social change. *Annual Review of Psychology*, 72, 339–364. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050846>
- Sun, Y., Park, J., & Cho, M. (2024). Social media echo chambers and the amplification of collective aggression: A study on online group dynamics. *Computers in Human Behavior*, 142, 107520. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107520>

- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.
- Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Open University Press.
- Turner, J. C., & Oakes, P. J. (1986). The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism, and social influence. *British Journal of Social Psychology*, 25(3), 237–252. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1986.tb00732.x>
- van Klinken, G. (2007). Communal violence and democratization in Indonesia: Small town wars. *Critical Asian Studies*, 39(1), 75–99. <https://doi.org/10.1080/14672710601183972>
- Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134(4), 504–535. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.4.504>
- Wang, X., Li, Y., & Chen, Z. (2023). Mass behavior in social contexts: Psychological mechanisms and social implications. *Social Psychology Quarterly*, 86(1), 12–31. <https://doi.org/10.1177/01902725221101234>
- Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. In W. J. Arnold & D. Levine (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol. 17, pp. 237–307). University of Nebraska Press.

PROFIL PENULIS



Muhrajan Piara

Penulis adalah dosen dan peneliti di Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar (UNM). Ia menyelesaikan pendidikan Sarjana Psikologi di UNM dan melanjutkan studi Magister di bidang Health and Social Psychology di Maastricht University, Belanda. Fokus riset Muhrajan adalah psikologi sosial, terutama terkait komunitas, konflik dan perdamaian, serta aspek budaya. Selain aktif dalam riset, Muhrajan juga berperan sebagai fasilitator pelatihan dan training sejak 2011 serta merupakan penerima beasiswa LPDP. Ia aktif dalam berbagai kegiatan pengembangan profesional dan komunitas, termasuk keterlibatan sebagai penyelenggara TEDx di Universitas Negeri Makassar. Dengan pengalaman akademik dan praktis yang luas, Muhrajan berkomitmen mengembangkan ilmu psikologi yang relevan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat luas.

BAB 17

PENERAPAN PSIKOLOGI MASSA DALAM NEGOSIASI

Fahmushofa Rosyada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Mas Said
E-mail: fahmushofa2014@gmail.com

PENDAHULUAN

Psikologi massa merupakan cabang ilmu psikologi yang mempelajari perilaku individu dalam konteks kelompok besar. Definisi psikologi massa dapat diartikan sebagai studi tentang bagaimana individu berperilaku dan berinteraksi dalam kelompok, serta bagaimana kelompok tersebut mempengaruhi perilaku individu. Menurut (Reicher, 2001), psikologi massa berfokus pada dinamika sosial yang muncul ketika individu berkumpul dalam jumlah besar, yang sering kali menghasilkan perilaku yang berbeda dibandingkan dengan ketika mereka beroperasi sebagai individu. Dalam konteks ini, psikologi massa tidak hanya mencakup perilaku kolektif, tetapi juga emosi, motivasi, dan persepsi yang terbentuk dalam interaksi sosial.

Menurut (Turner & Stets, 2006), pemahaman tentang psikologi massa dapat membantu kita memahami bagaimana norma, nilai, dan identitas kelompok terbentuk dan dipertahankan. Hal ini sangat relevan dalam konteks sosial yang semakin kompleks, di mana individu sering kali terpengaruh oleh opini dan perilaku kelompok.

Relevansi psikologi massa dalam negosiasi juga sangat signifikan. Negosiasi, baik dalam konteks bisnis, politik, maupun sosial, sering kali melibatkan interaksi antara individu atau kelompok yang memiliki kepentingan yang berbeda. Dalam proses negosiasi, pemahaman tentang psikologi massa dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kelompok dapat

mempengaruhi keputusan individu. Menurut (Bickerton, 2002), negosiasi yang sukses tidak hanya bergantung pada argumen logis, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan dinamika kelompok. Misalnya, dalam negosiasi bisnis, pemimpin yang mampu membaca suasana hati dan emosi kelompok dapat lebih efektif dalam mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Dalam konteks negosiasi, pemahaman tentang psikologi massa menjadi sangat penting. Negosiasi bukan hanya sekadar proses tawar-menawar antara dua pihak, tetapi juga melibatkan dinamika sosial yang kompleks. Emosi, persepsi, dan sikap kelompok dapat mempengaruhi hasil negosiasi secara signifikan. Negosiasi yang efektif memerlukan pemahaman tentang kepentingan dan kebutuhan semua pihak yang terlibat, serta bagaimana kelompok dapat mempengaruhi keputusan individu.

Dalam konteks ini, penerapan psikologi massa dalam negosiasi dapat membantu para negosiator untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan kelompok, serta mengatasi potensi konflik yang mungkin muncul. Dengan memahami bagaimana individu berperilaku dalam kelompok, negosiator dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang psikologi massa menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas negosiasi.

Namun, penerapan psikologi massa juga memiliki tantangan dan risiko. Manipulasi emosi massa dapat mengarah pada keputusan yang tidak rasional dan merugikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana psikologi massa berfungsi dalam konteks negosiasi agar dapat mengoptimalkan hasil yang diinginkan tanpa mengorbankan integritas proses.

berperan penting dalam dinamika kelompok dan pengaruh sosial.

Penerapan psikologi massa dapat memperkuat posisi tawar melalui pengelolaan emosi kolektif dan pembangunan identitas bersama, serta penggunaan simbol dan ritual untuk memperkuat komitmen. Namun, penggunaan psikologi massa dalam negosiasi tidak terlepas dari tantangan dan risiko, seperti manipulasi psikologis yang dapat mengaburkan objektivitas, munculnya fenomena groupthink, serta potensi penyalahgunaan kekuasaan yang merugikan pihak-pihak tertentu.

Oleh karena itu, penting bagi para negosiator untuk menjaga integritas proses melalui transparansi, keterlibatan mediator netral, pelatihan kesadaran etis, serta evaluasi berkelanjutan agar negosiasi berjalan secara adil, efektif, dan berkelanjutan. Pemahaman mendalam tentang psikologi massa dan dinamika negosiasi ini akan membantu menciptakan mekanisme negosiasi yang tidak hanya mencapai hasil optimal, tetapi juga menjaga hubungan jangka panjang yang harmonis antar pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2020). Psikologi Massa: Teori dan Aplikasi dalam Kehidupan Sosial. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Cialdini, R. B. (2016). *Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade*. New York: Simon & Schuster.
- Fisher, R., & Ury, W. (2019). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Penguin Books
- Henderson, R. (2019). Negosiasi: Teori dan Praktik. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Hidayat, R. (2019). "Pengaruh Emosi dalam Negosiasi: Studi Kasus pada Proses Negosiasi di Indonesia." *Jurnal Psikologi Sosial*, 12(2), 45-60.

- Janis, I. L. (1982). *Groupthink: Psychological Studies of Policy Decisions and Fiascoes*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Kurniawan, A. (2019). *Dinamika Psikologi Massa dalam Konteks Sosial Modern*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Le Bon, G. (1895). *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. New York: Macmillan.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M., & Barry, B. (2015). *Negotiation* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Mardani, A. (2017). "Perdamaian di Aceh: Analisis Proses Negosiasi dan Emosi Kolektif." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. (1), 23-35
- Prabowo, S. (2020). "Ritual dan Simbol dalam Negosiasi: Membangun Komitmen Melalui Emosi" *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(3), 78-90
- Rahardjo, S. (2018). *Dasar-Dasar Negosiasi*. Yogyakarta: Andi.
- Reicher, S. (2018). *The Psychology of Crowd Dynamics*. In *The Cambridge Handbook of Group Psychology* (pp. 123-145). Cambridge University Press.
https://www.researchgate.net/publication/227577956_The_Psychology_of_Crowd_Dynamics
- Sarwono, S. W. (2018). *Psikologi Sosial: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suharto, B. (2022). *Strategi Negosiasi untuk Mencapai Kesepakatan*. Jakarta: Gramedia.
- Sukardi, A. (2021). *Komunikasi dalam Negosiasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, E. (2020). *Negosiasi dan Manajemen Konflik*. Surabaya: Airlangga University Press.

- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago: Nelson-Hall.
- Thompson, L. (2015). *The Mind and Heart of the Negotiator* (6th ed.). Pearson Education.
- Turner, J. C., & Stets, J. E. (2018). *Sociological Theories of Human Behavior*. In *The Handbook of Social Psychology* (pp. 45-67). Wiley-Blackwell.
- https://www.researchgate.net/publication/228173844_Sociological_Theories_of_Human_Emotions

PROFIL PENULIS



Fahmushofa Rosyada

Seorang guru Pendidikan Agama Islam yang berkomitmen untuk mengembangkan potensi siswa melalui pendidikan yang berkualitas. Saat ini, saya sedang menempuh pendidikan S2 Program Studi Pendidikan Agama Islam di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, setelah meraih gelar S1 Pendidikan Agama Islam dari Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2023. Latar belakang pendidikan saya dimulai di Pondok Pesantren Modern Zam-Zam Muhammadiyah di Cilongok, Kabupaten Banyumas, yang telah membentuk dasar keilmuan dan spiritual saya. Kemudian selama menempuh studi sarjana, saya aktif berpartisipasi dalam berbagai organisasi, di mana saya mendapatkan amanah dan kepercayaan untuk berkontribusi dalam berbagai dinamika kegiatan keorganisasian. Meskipun fokus utama keilmuan saya adalah Pendidikan Agama Islam, saya juga memiliki ketertarikan yang mendalam terhadap ilmu-ilmu psikologi dan sosiologi. Saya percaya bahwa pemahaman terhadap aspek psikologis dan sosial sangat penting dalam menciptakan lingkungan belajar yang inklusif dan mendukung perkembangan karakter siswa. Dengan kombinasi pengalaman, pendidikan, dan minat yang luas, saya berkomitmen berusaha untuk memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan dan masyarakat, serta terus belajar dan berkembang dalam bidang yang saya cintai.

PSIKOLOGI MASSA

Psikologi Massa adalah studi tentang bagaimana perilaku individu dipengaruhi oleh kelompok atau massa. Membahas bagaimana individu dalam kelompok kehilangan identitas pribadi mereka dan menjadi lebih rentan terhadap pengaruh kelompok, termasuk norma, emosi, dan perilaku kolektif. Buku ini juga mengeksplorasi bagaimana massa dapat membentuk opini publik, mempengaruhi keputusan politik, dan bahkan memicu tindakan sosial yang ekstrem. Salah satu konsep kunci dalam Psikologi Massa adalah "deindividuation," di mana individu merasa kehilangan identitas pribadi mereka dalam massa, yang dapat menyebabkan hilangnya rasa tanggung jawab pribadi dan peningkatan impulsivitas. Psikologi Massa juga mempelajari bagaimana emosi dapat menyebar dan beresonansi dalam kelompok, seringkali mengarah pada reaksi emosional yang kuat dan bahkan kekerasan. Secara keseluruhan, buku Psikologi Massa ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana massa dapat mempengaruhi perilaku individu dan bagaimana memahami dinamika massa dapat membantu kita untuk lebih baik memahami dan mengelola berbagai fenomena sosial dan politik.



FUTURE SCIENCE

Jl. Terusan Surabaya, Gang 1 A No. 71 RT 002 RW 005,
Kel. Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang,
Provinsi Jawa Timur.
Website : www.futuresciencepress.com



IKAPI
IKATAN PENERBIT INDONESIA

No. 348/JTI/2022

ISBN 978-634-7216-69-4 (PDF)



9

786347

216694