

TELAAH LITERATUR: FAKTOR DETERMINAN PERILAKU ALTRUISTIK DI INTERNET

Raihanah Qotrunnada
Program Sarjana Fakultas Psikologi Universitas Airlangga
Jl. Airlangga 4-6, Surabaya, Indonesia 60286

raihanah.qotrunnada-2020@psikologi.unair.ac.id

ABSTRAK

Perilaku altruistik di internet adalah perilaku membantu secara sukarela di internet tanpa mengharapkan imbalan dan tanpa tekanan dari pihak manapun. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor determinan dari IAB menggunakan metode narrative review. Telaah dilakukan terhadap artikel dari 3 database elektronik, yakni *scopus*, *web of science*, dan *google scholar*. Karakteristik artikel yang terpilih adalah artikel yang terbit pada rentang tahun 2014-2023, penelitian kuantitatif, dan memuat informasi mengenai faktor determinan IAB. Hasil telaah literatur menunjukkan bahwa IAB dapat disebabkan oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Selain itu, ditemukan juga dampak dari IAB pada personal pelaku IAB. Rekomendasi lebih lanjut pada artikel ini adalah perlunya penelitian dengan sampel yang lebih besar dan bersifat heterogen. Metode penelitian juga disarankan menggunakan gabungan dari beberapa metode guna mampu menilai altruisme dengan lebih objektif.

Kata kunci: altruism, faktor determinan, internet altruistic behavior

ABSTRACT

Internet altruistic behavior (IAB) is voluntary helping behavior on the internet without expecting anything in return and pressure from any side. This article aims to identify the determinants of IAB using the narrative review method. The review was carried out on articles from 3 electronic databases; Scopus, Web of Science, and Google Scholar. The characteristics of the selected articles are articles published in the 2014-2023, quantitative research, and containing information about IAB determinants. This article shows that IAB can be caused by several internal and external factors. In addition, it was also found the impact of IAB on IAB perpetrators. Further recommendations in this article are the need for research with larger and heterogeneous samples. Research methods are also suggested to use a combination of several methods in order to be able to assess altruism more objectively.

Keywords: Altruism, determinant factor, internet altruistic behavior

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan internet memberikan dampak tersendiri bagi kehidupan manusia, terutama pada aktivitas sosial (Enikolopov dkk., 2020). Beberapa penelitian menemukan beberapa fenomena yang berdampak negatif dari adanya internet, seperti *cyberbullying*, kecanduan internet, kekerasan cyber, pornografi dan sebagainya. Di sisi lain, internet juga ditemukan mempengaruhi hidup manusia secara positif (Zheng & Zhao, 2015). Akhir-akhir ini, mulai banyak muncul fenomena positif di internet. *Internet altruistic behavior* salah satunya. Faktanya

menyebutkan bahwa beberapa tahun terakhir ditemukan banyak sekali konten berbagi dan platform donasi yang muncul, khususnya di media sosial (Adena & Huck, 2020). Maraknya fenomena altruisme di ruang maya ini juga menarik minat ilmuwan psikologi sosial untuk memahami lebih dalam mengenai penyebab dan dinamika yang terjadi.

Internet altruistic behavior (IAB) atau perilaku altruistik di internet adalah kegiatan yang dilakukan secara sukarela untuk membantu orang lain di internet, perbuatan tersebut dilakukan dengan tidak

mengharapkan imbalan apapun serta tidak ada tekanan dari pihak eksternal manapun (Zheng & Zhao, 2015). IAB dalam praktiknya memiliki bentuk yang beragam, seperti berdonasi, membuat platform donasi, berbagi pengalaman sukses, merekomendasikan suatu minat tertentu, membantu masalah orang lain di internet, dan sebagainya (Zheng dkk., 2016). Dalam pendefinisian perilaku, IAB memiliki definisi yang beririsan dengan perilaku prososial. Akan tetapi, perilaku altruisme didefinisikan sebagai bagian dari perilaku prososial yang dilakukan dengan perhatian yang murni, tanpa harapan imbalan, atau maksud lain. Perilaku prososial juga diartikan sebagai perilaku menolong, akan tetapi dilakukan dengan maksud mengharapkan imbalan tertentu, baik internal maupun eksternal (Pfattheicher dkk., 2022).

Altruisme sendiri di internet memiliki esensi yang hampir sama dengan altruisme di dunia nyata (Zheng, Wang, Chen, & Xie, 2021). Walaupun begitu, karena karakteristik internet yang tidak terbatas ruang dan waktu, pada beberapa penelitian ditemukan bahwa IAB lebih sering terjadi daripada di dunia nyata (X. Wang & Feng, 2004). Dibandingkan dengan situasi *face-to-face*, individu cenderung lebih bersedia untuk membantu orang lain di internet (Wallace, 2016). Fenomena tersebut bisa terjadi salah satunya dapat dijelaskan dengan kelebihan yang dimiliki internet, seperti anonimitas, tidak ada batasan ruang dan waktu, serta memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi dalam usaha dan biaya yang dikeluarkan (Jiang dkk., 2017). Oleh karena itu, altruisme di internet dinilai lebih kondusif jika dibandingkan altruisme di dunia nyata. Fenomena prososial dan altruisme di media sosial tidak hanya memudahkan para altruistik untuk melakukan perilaku altruisme, media sosial juga memberikan tempat yang efisien bagi orang yang membutuhkan bantuan untuk mencari bantuan. Aspek anonimitas misalnya. Anonimitas di internet memberikan cara *self disclosure* atau pengungkapan diri yang berbeda sehingga memudahkan seseorang mencari bantuan dan lebih mungkin untuk mendapatkan perhatian atau simpati orang lain dengan lebih efisien (Liu dkk., 2014).

IAB dalam kacamata psikologi positif mampu memberikan dampak tersendiri pada bagaimana

dinamika di internet. Pada penelitian sebelumnya ditemukan hasil yang konsisten terhadap kemungkinan perilaku prososial di internet disebabkan oleh motivasi altruistik yang dipicu oleh empati (Takwin, 2021). Mengaitkannya dengan pandangan Rushton (1985) bahwa altruisme merupakan puncak dari hierarki kepribadian yang diharapkan dan dituju, maka dengan menumbuhkan altruisme pada masyarakat merupakan upaya besar untuk mengembangkan kualitas kemanusiaan dan lingkungan yang lebih baik. Faktor-faktor dasar dari altruisme, seperti moral dan empati memainkan peran yang vital untuk menghasilkan perubahan positif di masyarakat (Takwin, 2021). Begitu pula pada altruisme di dunia maya. Untuk menghasilkan perubahan positif di lingkup ruang maya, salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan menumbuhkan motivasi altruisme pada penggunaannya. Empati dan moral yang mendasari tersebut dinilai mampu memberikan lingkungan yang saling respek antar pengguna.

Untuk bisa meningkatkan IAB dan lebih jauh menghasilkan lingkungan di ruang maya yang lebih positif, maka harus diketahui faktor-faktor determinan terjadinya IAB. Oleh karena itu, tujuan dari telaah literatur ini adalah untuk mengkaji hasil penelitian-penelitian sebelumnya mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi IAB.

METODE

Metode yang digunakan pada artikel ini adalah *narrative review*. Artikel yang digunakan pada *narrative review* ini diperoleh melalui tiga database elektronik, yakni *Scopus*, *Web of Science*, dan *Google Scholar*. Strategi pencarian artikel menggunakan beberapa kata kunci, seperti “*Internet altruistic behavior*”, “*Online altruistic behavior*”, “*Altruistic motive*”, dan “*Internet-Mediated altruistic*”. Dari daftar artikel yang muncul, dilakukan penyaringan dengan dua kriteria inklusi, yakni diterbitkan pada rentang waktu 2014-2023 (10 tahun terakhir) dan memfokuskan pembahasan pada perilaku altruisme di internet. Pada *narrative review* ini, penulis hanya memasukkan artikel yang dituliskan dalam bahasa Inggris.

HASIL PENELITIAN

Literatur yang teridentifikasi

Dari daftar artikel yang ditemukan pada tiga database elektronik yang digunakan, diambil 20 artikel yang dinilai relevan dan kemudian dimasukkan dalam proses penilaian dan telaah. 20 artikel tersebut merupakan studi kuantitatif yang dilakukan pada sampel remaja hingga dewasa.

Status Sosioekonomi

Beberapa penelitian menghasilkan bahwa status/kelas ekonomi berkorelasi dengan perilaku altruisme di internet. Penelitian Wang dkk., (2021) dengan jumlah responden 644 remaja di China menghasilkan bahwa *Family Socioeconomic status (SES)* dan *internet altruistic behavior (IAB)* berkorelasi positif satu sama lain. *Family SES* tidak hanya dapat memprediksi IAB secara langsung, tetapi juga bisa memprediksi IAB melalui mediasi *belief in a just world* dan *emotional intelligent*. Hasil yang serupa juga ditemukan pada penelitian Zheng dkk., (2023) dan Zheng dkk., (2021) yang meneliti hubungan antara antara kelas sosial dengan IAB pada mahasiswa China. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa kelas sosial yang diukur dengan skala *Subjective Social Class Ladder* oleh MacArthur secara signifikan berhubungan langsung dengan IAB. Hubungan tersebut dijelaskan dengan kelas sosial secara positif mampu memprediksi IAB, yakni semakin tinggi kelas sosial individu semakin tinggi pula IAB yang dilakukan.

Belief in a just world

Jiang dkk., (2017) meneliti hubungan antara *belief in a just world (BJW)* dengan IAB, dengan menggunakan 238 sarjana di China sebagai sampel. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa BJW secara signifikan berkorelasi dan dapat memprediksi IAB. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa dengan kepercayaan BJW cenderung berperilaku lebih altruistic di internet daripada yang tidak. Sejalan dengan penelitian tersebut, Wang dkk., (2021) menemukan bahwa BJW berkorelasi positif dengan IAB. Selain itu, BJW juga menjadi mediator antara hubungan *family SES* dengan IAB. Efek mediasi tersebut sebesar 60,068% dari total. Selain menjadi mediator pada hubungan SES dengan IAB,

BJW juga memiliki peran mediasi pada hubungan antara *parenting emotional warmth* dengan IAB (Zhang dkk., 2021).

Kepribadian (Moral dan empati)

Pada penelitian Zheng dkk., (2023) mengenai hubungan antara kelas sosial dan IAB, ditemukan bahwa identitas moral berkorelasi positif dengan kedua variabel tersebut. Lebih lanjut lagi, identitas moral memiliki peran mediasi pada hubungan antara kelas sosial dan IAB, yakni semakin tinggi identitas moral individu, maka lebih tinggi juga kemungkinan individu menunjukkan IAB. Hasil penelitian serupa juga ditemukan pada penelitian Zhang dkk., (2021) bahwa *moral personality* juga berkorelasi positif dengan IAB. Lebih lanjut lagi, *moral personality* menjadi mediator pada hubungan antara *parenting emotional warmth* dengan IAB. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa parenting tertentu dinilai mampu memunculkan kepribadian moralitas, yang kemudian dinilai berhubungan juga dengan IAB.

Peran empati dalam IAB ditemukan pada penelitian Zheng dkk., (2022). Penelitian tersebut menjelaskan hubungan antara *internet altruistic motivation (IAM)* dan IAB dengan menggunakan 324 mahasiswa Tionghoa sebagai sampel. Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa empati memoderasi hubungan antara IAM dan IAB. Secara khusus hubungan tersebut dijelaskan dengan semakin tinggi empati individu, semakin kuat efek prediktif IAM terhadap IAB. Selain itu, ditemukan juga pada eksperimen Andreoni dkk., (2017) yang menunjukkan bahwa empati menyebabkan munculnya altruisme dan altruisme berbeda dengan perilaku memberi secara umum. Empati menjadi faktor vital atas terjadinya IAB

Self esteem (Harga diri)

Ditemukan pada beberapa penelitian bahwa *self esteem* (harga diri) berkorelasi positif dengan IAB (Jiang dkk., 2017; Luo dkk., 2023; Zheng dkk., 2016; Zheng, dkk., 2021a, 2021b). Pada penelitian tersebut, harga diri juga memainkan peran mediasi dan moderasi pada hubungan antara IAB dengan beberapa variabel lain. Penelitian oleh Jiang dkk., (2017) menghasilkan bahwa harga diri memiliki peran mediasi pada hubungan antara BJW dengan IAB. Selain itu, pada penelitian tersebut juga

ditemukan bahwa harga diri memiliki peran mediasi berantai dengan rasa syukur pada hubungan antara BJW dengan IAB. Peran mediasi pada harga diri juga ditemukan pada hubungan antara IAM dengan IAB (Zheng dkk., 2022).

Harga diri juga memiliki peran moderasi tidak langsung pada hubungan antara *subjective social class* dengan IAB (Zheng, dkk., 2021). Peran moderasi lainnya juga ditemukan pada hubungan antara IAB, *self consistency and congruence* (SCC), dan *self efficacy* (Luo dkk., 2023). Penelitian tersebut menghasilkan bahwa pengaruh IAB terhadap SCC serta IAB terhadap *self efficacy* akan semakin kuat ketika individu (mahasiswa pada sampel penelitian) memiliki harga diri yang tinggi.

Lain-lain

Selain yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa penelitian lain mengenai faktor determinan dari perilaku altruistik di internet (*Internet altruistic behavior*). Beberapa faktor penyebab yang dinilai berkorelasi positif dengan IAB, yakni *gratitude* (rasa syukur) (Jiang dkk., 2017), *self control* (Zheng dkk., 2023), *online support group* (Zheng, dkk., 2021), *core self evaluation* (Geng dkk., 2022), *self concept* terutama pada *social self concept* (Liu dkk., 2014), serta *self concordance* (Zheng dkk., 2018). Selain faktor internal tersebut, ditemukan juga satu faktor eksternal yang dinilai mampu memprediksi IAB, yakni metode pengasuhan kehangatan emosional (*parenting emotional warmth*) (Zheng, Wang, Chen, & Yang, 2021) dan faktor-faktor sosial, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja (Amin, 2016).

Pada beberapa penelitian juga ditemukan akibat yang timbul dari IAB. Penelitian oleh Luo dkk., (2023) menghasilkan bahwa IAB dan *Self-consistency and congruence* (SCC) berkorelasi positif satu sama lain. Penelitian tersebut menjelaskan, individu dengan tingkat IAB yang tinggi mengakibatkan tingginya konsistensi diri individu terhadap minat dan nilai yang dimiliki. Selain itu, beberapa penelitian menghasilkan bahwa IAB berhubungan positif dengan *subjective well being* (Zheng dkk., 2016, 2018, 2021). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa salah satu dampak dari IAB adalah meningkatnya *subjective well being* yang dirasakan individu.

DISKUSI

Berdasarkan tinjauan literatur yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa *internet altruistic behavior* (IAB) dapat disebabkan oleh beberapa faktor internal. Beberapa faktor yang dinilai mampu menyebabkan munculnya IAB adalah status sosioekonomi yang tinggi (Wang dkk., 2021; Zheng dkk., 2023, 2021). Penemuan tersebut sejalan dengan teori pertukaran sosial yang menjelaskan bahwa kelas sosial yang lebih tinggi dinilai lebih mampu dan cenderung menunjukkan perilaku prososial karena memiliki lebih banyak sumber daya yang bisa diberikan. Selain kelas sosial, *belief* dan kepribadian tertentu dinilai mampu menghasilkan IAB. *Belief in a just world*, yakni kepercayaan bahwa dunia ini adalah dunia yang adil sehingga orang baik akan mendapat ganjaran dan orang jahat akan mendapat hukuman merupakan salah satu faktor penyebab munculnya perilaku altruisme (Jiang dkk., 2017; H. Wang dkk., 2021; Zhang dkk., 2021). Hubungan antara keduanya juga dimediasi oleh beberapa variabel, seperti *self esteem* dan *gratitude* (rasa syukur). Selain *belief*, beberapa aspek kepribadian, seperti empati dan moral ditemukan mampu memprediksi munculnya perilaku altruisme, begitu pula pada konteks digital atau IAB (McAuliffe dkk., 2018; Zhang dkk., 2021). Faktor lain yang ditemukan mampu memprediksi IAB adalah *self esteem* (Jiang dkk., 2017; Luo dkk., 2023; Zheng, 2021, 2021) - *self esteem* sendiri merupakan salah satu karakteristik kepribadian yang dapat secara signifikan mampu memprediksi munculnya IAB. Individu dengan *self esteem* yang tinggi memiliki kepercayaan bahwa mereka mampu membantu orang lain yang membutuhkan. Kepercayaan tersebut kemudian meningkatkan motivasi dan kecenderungan mereka untuk melakukan IAB.

Faktor lain yang juga ditemukan adalah *Internet altruistic motivation* (Zheng dkk., 2022), *online support group* (Zheng dkk., 2021), *core self evaluation* (Geng dkk., 2022), *self concept* terutama pada *social self concept* (Liu dkk., 2014), serta *self concordance* (Zheng dkk., 2018). Selain faktor internal, didapatkan juga beberapa faktor eksternal yang mampu menyebabkan munculnya perilaku altruisme, seperti metode pengasuhan kehangatan emosional (*parenting emotional warmth*) (Zhang

dkk., 2021) dan beberapa faktor sosial (Amin, 2016). Dalam menjelaskan peran *parenting* tertentu pada IAB, ditemukan bahwa anak-anak yang diterima oleh orang tuanya memiliki kecenderungan untuk menunjukkan perilaku baik, emosi yang stabil, dan kasih sayang (Zhang dkk., 2021). Ketika tidak hanya diterima, tetapi orang tua memberikan kehangatan emosional, pengertian, dan rasa hormat, maka akan menghasilkan peningkatan perilaku prososial anak dan kemudian akan meningkatkan juga perilaku altruisme di internet (IAB). Sedangkan, pada penelitian Amin, (2016) ditemukan bahwa dimensi keluarga, teman, dan rekan kerja merupakan dimensi yang secara signifikan mampu menunjukkan faktor sosial dalam menyebabkan internet altruistic behavior. Pesan-pesan yang disampaikan keluarga, teman, dan rekan kerja akan memberikan penerimaan yang lebih baik atas altruisme.

Selain faktor penyebab, ditemukan juga beberapa penelitian mengenai dampak yang dihasilkan dari IAB. Beberapa faktor tersebut adalah *Self-consistency and congruence* (SCC) (Luo dkk., 2023) dan *subjective well being* (Zheng dkk., 2016). Penelitian Luo dkk., (2023) mengenai IAB dengan SCC, menghasilkan bahwa setelah membantu orang lain di internet, mereka akan merasa puas dan merasa perilaku tersebut mencerminkan tujuan mereka, yang mana perasaan tersebut mengharmoniskan hubungan antara diri dan pengalaman/perilaku. Begitu pula pada *subjective well being*. Semakin tinggi IAB yang dilakukan individu akan semakin tinggi pula tingkat *subjective well being* yang dirasakan. Penemuan tersebut menghasilkan bahwa IAB mampu memprediksi tingkat SWB individu. Penelitian oleh Luo dkk., (2023) dan Zheng dkk., (2016) sejalan

Telaah literatur yang telah dilakukan penulis menunjukkan bahwa *Internet altruistic behavior* (IAB) dapat disebabkan oleh beberapa faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang ditemukan menjadi penyebab munculnya IAB adalah kelas sosial yang tinggi, *belief in a just world*, empati, moral, *self esteem*, motivasi, *self control*, *online support group*, *core self evaluation*, *social self concept*, dan *self concordance* (kesesuaian diri dengan minat dan nilai). Sedangkan untuk faktor eksternal, ditemukan adanya faktor pengasuhan kehangatan emosional

dengan penelitian-penelitian sebelumnya, bahwa IAB mampu menghasilkan kondisi psikologis yang positif pada individu. Selain itu, penelitian tersebut juga menghasilkan bahwa perilaku altruistik dapat meningkatkan SWB tidak hanya di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya (Zheng & Zhao, 2015).

Dalam proses telaah literatur, artikel ini memiliki beberapa keterbatasan. Telaah literatur ini hanya berfokus pada IAB dalam konteks luar negeri-sebagian besar pada negara China, tidak ada pembahasan dalam konteks Indonesia. Selain itu, terdapat irisan pada beberapa artikel mengenai definisi altruisme dan perilaku prososial, yang mana perlu diuji kembali dengan metode yang berfokus pada definisi konstruk altruisme. Selain itu, sebagian besar keterbatasan yang dituliskan pada penelitian tersebut adalah mengenai sampel yang cenderung homogen dan metode *self report* yang digunakan. Meninjau salah satu metode yang digunakan, ditemukan juga pada penelitian Bati & Singh, (2017) bahwa fitur-fitur di perangkat elektronik, seperti *handphone* dinilai berpotensi untuk menilai altruisme internet individu secara lebih akurat. Penelitian tersebut memang tidak memberikan hubungan sebab-akibat tertentu, akan tetapi memberikan saran untuk penggunaan fitur perangkat tertentu untuk mendeteksi tingkat altruisme pada individu. Walaupun banyak penelitian membahas mengenai IAB, tidak ditemukan perbedaan hasil penelitian dengan variabel yang sama. Hanya saja ditemukan beberapa teori berbeda yang digunakan peneliti menelaah hasil penelitian yang telah dilakukan.

KESIMPULAN

(*parenting emotional warmth*) dan pengaruh dari keluarga, teman, serta rekan kerja yang dinilai mampu menyebabkan munculnya IAB. Pada beberapa penelitian mengenai IAB, ditemukan juga bahwa IAB mampu meningkatkan *self-consistency and congruence* (SCC) dan *subjective well being* pada individu. Penelitian di masa depan diharapkan dapat meneliti faktor determinan IAB dengan sampel yang lebih besar dan heterogen. Selain itu, metode penelitian diharapkan mampu menilai tingkat altruisme dengan lebih objektif menggunakan beberapa gabungan metode.

DAFTAR PUSTAKA

- Adena, M., & Huck, S. (2020). Online Fundraising, Self-Image, and the Long-Term Impact of Ask Avoidance. *Management Science*, *66*(2), 722–743. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3232>
- Amin, H. (2016). Investigating drivers of internet giving behaviour in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *28*(2). <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2015-0088>
- Andreoni, J., Rao, J. M., & Trachtman, H. (2017). Avoiding the Ask: A Field Experiment on Altruism, Empathy, and Charitable Giving. *Journal of Political Economy*.
- Bati, G. F., & Singh, V. K. (2017). Are you altruistic? Your mobile phone could tell. *2017 IEEE SmartWorld, Ubiquitous Intelligence & Computing, Advanced & Trusted Computed, Scalable Computing & Communications, Cloud & Big Data Computing, Internet of People and Smart City Innovation (SmartWorld/SCALCOM/UIC/ATC/CBDC om/IOP/SCI)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/UIC-ATC.2017.8397659>
- Enikolopov, R., Makarin, A., & Petrova, M. (2020). Social Media and Protest Participation: Evidence From Russia. *Econometrica*, *88*(4), 1479–1514. <https://doi.org/10.3982/ECTA14281>
- Geng, J., Bao, L., Wang, J., Wei, X., Zeng, P., & Lei, L. (2022). The maladaptive side of Internet altruists: Relationship between Internet altruistic behavior and cyberbullying victimization. *Children and Youth Services Review*, *134*, 106362. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2021.106362>
- Jiang, H., Chen, G., & Wang, T. (2017). Relationship between belief in a just world and Internet altruistic behavior in a sample of Chinese undergraduates: Multiple mediating roles of gratitude and self-esteem. *Personality and Individual Differences*, *104*, 493–498. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.09.005>
- Liu, H., Huang, X., Du, B., & Wu, P. (2014). Correlation Study on Undergraduates' Internet Altruistic Behavior, Self-Concept and Inter-Personal Relation. *Advances in Applied Sociology*, *04*(04), 128–133. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2014.44016>
- Luo, Y., He, X., Zhou, J., Zhang, Y., Ma, X., & Zou, W. (2023). Internet altruistic behavior and self-consistency and congruence among college students: A moderated mediation model of self-efficacy and self-esteem. *Current Psychology*, *42*(6), 4830–4841. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01831-3>
- McAuliffe, W. H. B., Forster, D. E., Philippe, J., & McCullough, M. E. (2018). Digital altruists: Resolving key questions about the empathy–altruism hypothesis in an Internet sample. *Emotion*, *18*(4), 493–506. <https://doi.org/10.1037/emo0000375>
- Pfattheicher, S., Nielsen, Y. A., & Thielmann, I. (2022). Prosocial behavior and altruism: A review of concepts and definitions. *Current Opinion in Psychology*, *44*, 124–129. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.021>
- Rushton, J. P. (1985). Differential K theory: The sociobiology of individual and group differences. *Personality and Individual Differences*, *6*(4), 441–452. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(85\)90137-0](https://doi.org/10.1016/0191-8869(85)90137-0)
- Takwin, B. (2021). Catatan Editor: Mengembangkan penelitian tentang tingkah laku prososial dan altruisme. *Jurnal Psikologi Sosial*, *19*(1), 3–6. <https://doi.org/10.7454/jps.2021.02>
- Wallace, P. (2016). *The psychology of internet* (2 ed.). cambridge university press. <https://id.scribd.com/document/376506389/The-Psychology-of-the-Internet-2nd-Edition>
- Wang, H., Wang, Y., Nie, J., & Lei, L. (2021). Family socioeconomic status and internet altruistic behavior among Chinese adolescents: The mediating effect of

- personal belief in a just world and emotional intelligence. *Children and Youth Services Review*, *121*, 105841. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2020.105841>
- Wang, X., & Feng, X. (2004). Altruistic behaviour of teenagers in network. *Journal of Guangdong College of Young Cadres*, *18*, 1. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1009-5446.2004.01.004>.
- Zhang, Y., Chen, L., & Xia, Y. (2021). Belief in a Just World and Moral Personality as Mediating Roles Between Parenting Emotional Warmth and Internet Altruistic Behavior. *Frontiers in Psychology*, *12*, 670373. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.670373>
- Zheng, X., Chen, H., Wang, Z., Xie, F., & Bao, Z. (2023). Links between social class and internet altruistic behavior among undergraduates: Chain mediating role of moral identity and self-control. *Current Psychology*, *42*(11), 9303–9311. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02210-8>
- Zheng, X., Wang, Y., & Xu, L. (2016). Internet Altruistic Behavior and Subjective Well-Being: Self-Efficacy as a Mediator. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, *44*(9), 1575–1583. <https://doi.org/10.2224/sbp.2016.44.9.1575>
- Zheng, X., Wang, Z., Chen, H., & Xie, F. (2021). The relationship between self-esteem and internet altruistic behavior: The mediating effect of online social support and its gender differences. *Personality and Individual Differences*, *172*, 110588. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110588>
- Zheng, X., Wang, Z., Chen, H., & Yang, L. (2021). Subjective social class and Internet altruistic behavior among Chinese college students: Mediating role of self-esteem. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, *49*(1), 1–8. <https://doi.org/10.2224/sbp.9272>
- Zheng, X., Xie, F., & Ding, L. (2018). Mediating Role of Self-Concordance on the Relationship Between Internet Altruistic Behaviour and Subjective Wellbeing. *Journal of Pacific Rim Psychology*, *12*, e1. <https://doi.org/10.1017/prp.2017.14>
- Zheng, X., & Zhao, W. (2015). *Relationship between Internet altruistic behavior and hope of middle-school students: The mediating role of self-efficacy and self-esteem [In Chinese]*. *31*, 428–436. <https://doi.org/bjcn>
- Zheng, X., Zhu, X., Zhou, X., Xie, F., & Huang, L. (2022). Internet altruistic motivation promotes internet altruistic behavior: A moderated mediation model. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03918-x>