

PENULARAN EMOSIONAL (EMOTIONAL CONTAGION) KAJIAN LITERATUR DAN REKOMENDASI

Agus Santoso,¹ Dita Kurnia Sari²

^{1,2} Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Article Info

Article history:

Received 5 Mei, 2021

Revised 30 Mei, 2021

Accepted 11 Juni, 2021

Keyword:

Emotional contagion
literature review

ABSTRACT

Much evidence describes the phenomenon of the transmission of emotions from one person to another. Emotional contagion refers to the process of transferring emotions and behaviors between individuals. Even though there is a lot of research on this, most of it is still applicable. This study aims to provide a conceptual framework related to emotional contagion. The research method used is the library research method. The data collection method used is the documentation method. The data analysis technique used is content analysis. To maintain the accuracy of the assessment and prevent misinformation in data analysis, inter-library checking and library re-reading were carried out. The result of this study is a comprehensive study of emotional transmission, including: (1) a definition of emotional transmission; (2) an explanation of emotional contagion mechanisms; (3) factors influencing emotional transmission; and (4) forms of emotional transmission. This research also provides suggestions for controlling and managing the contagion of negative emotions



© 2021 Agus Santoso. Published by Islamic Guidance and Counseling Study Program of Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

Agus Santoso

Email: agus.santoso@uinsa.ac.id

Pendahuluan

Para ahli yang mempelajari emosi telah menggambarkan emosi berdasarkan tingkat kompleksitas yang berbeda. Secara umum, emosi dianggap sebagai perasaan dan gairah baik positif atau negatif (Russell, 2003). Lebih jauh, emosi dapat dianggap sebagai bagian kompleks dan terorganisir dalam hierarki emosi (Kurt W. Fischer. Phillip R. Shaver. Peter Carnochan, 1990).

Emosi adalah bukan bawaan (hereditas/genetika), sehingga dalam setiap interaksi sosial akan selalu ada beberapa perubahan emosi. Saat seseorang tersenyum pada kita, reaksi alaminya adalah membalas senyum agar selaras dengan emosi orang lain (Patricia B. Barger & Alicia A. Grandey, 2017); (Henig et al., 2018). Secara naluriah, manusia

cenderung menyesuaikan diri dengan keadaan emosi yang dirasakan selama proses interaksi (Adam D. I. Kramer et al., 2004); (Dixon et al., 2017).

Bukti menunjukkan bahwa emosi bisa menular dan menyebabkan perubahan pikiran dan tubuh (Schachter & Singer, 1962). Penularan emosi dapat tercermin dalam ekspresi wajah, suara, serta reaksi neurofisiologis dan neurologis lainnya (Elaine et al., 2014) pada individu-individu yang berinteraksi. Sebagai tanggapan atas penularan emosional, individu menunjukkan perilaku, perhatian, dan penyesuaian emosional (Elaine et al., 2014).

Penelitian ini melakukan kajian literatur secara integratif terkait dengan penularan emosi untuk memperluas teori dan mengidentifikasi pendekatan metodologi untuk penelitian tentang penularan emosi. Kajian ini diakhiri dengan diskusi tentang metodologi yang tepat untuk penelitian-penelitian berikutnya tentang penularan emosi dan mengidentifikasi berbagai topik penelitian lanjutan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *literature review* (studi kepustakaan). Susanne, (2020) menjelaskan bahwa studi kepustakaan adalah segala upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang sesuai dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti secara menyeluruh, mendalam dan meluas. Informasi yang dikumpulkan dalam studi kepustakaan dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku-buku ilmiah, laporan penelitian, artikel ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain. Adapun langkah-langkah penelitian kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Merumuskan ide umum mengenai topik penelitian; (2) Mencari informasi yang mendukung topik penelitian; (3) Mempertegas fokus penelitian; (4) Mencari dan menemukan bahan bacaan yang diperlukan dan mengklasifikasi bahan bacaan; (5) Membaca dan membuat catatan penelitian.

Sumber data penelitian ini diperoleh dari literatur terkait seperti buku dan jurnal ilmiah yang memuat informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi yaitu mencari informasi tentang masalah atau variabel dalam bentuk catatan, buku, publikasi atau artikel, majalah,

dll (Arikunto, 2010). Alat penelitian untuk penelitian ini termasuk daftar periksa untuk mengklasifikasikan bahan penelitian, menulis bagan/peta dan format catatan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi (*content analysis*). Analisis ini digunakan untuk menarik kesimpulan yang valid dan dapat ditinjau kembali berdasarkan konteks (Kimberly A. Neuendorf, 2017). Dalam analisis ini makna-makna yang berbeda diseleksi, dibandingkan, digabungkan, diurutkan hingga ditemukan kecocokannya. Untuk menghindari informasi palsu dalam proses review (kesalahpahaman manusia yang dapat timbul dari kurangnya penulis dalam literatur), review literatur dibuat dan literatur tersebut dibaca kembali.

Hasil dan Pembahasan

Mendefinisikan Emosi

Emosi berarti gambaran dari pikiran atau perasaan (Oxford, 2010) sedangkan menurut (Sroufe, 1997) emosi diartikan sebagai reaksi subjektif terhadap pengalaman yang diasosiasikan dengan perubahan fisiologi dan tingkah laku. Kata emosi ini dapat dipahami melalui tanda atau simbol yang mempresentasikan perasaan yang sangat kuat dari dorongan-dorongan diri terhadap objek tertentu (Izard, 1977). Emosi merupakan gambaran dari pikiran, perasaan dan atau gerakan fisik yang bermakna dan disimbolkan sebagai gerakan mental individu secara otomatis, dinamis dan secara sadar.

Proses Terbentuknya Emosi

Untuk memperjelas pengertian emosi ini secara detail dapat dilihat pada sifat dan proses terbentuknya emosi itu sendiri, sebagaimana berikut;

1. Emosi bersifat selalu berkembang dan berubah dari pengalaman subjektif, perilaku dan fisik (Mauss et al., 2008).
2. Emosi bersifat sadar dan otomatis (Strongman et al., 2003).
3. Emosi bersifat ekspresi otomatis baik berupa mimik, raut muka, vocal, maupun gerak tubuh dalam merespon sesuatu. Respon emosi bersifat total tidak dibedakan berdasarkan perasaan tertentu pada seseorang ataupun orang lain.
4. Proses emosi diawali dengan kondisi contagion-dyadic. Contagion adalah sebuah

proses emosi yang terjadi secara otomatis dan dibawah sadar yang dapat mempengaruhi perilaku, dan kecenderungan emosi tertentu. Sedangkan dyadic adalah proses interaksi yang menimbulkan pengiriman dan penerimaan pesan emosi (Strongman et al., 2003).

5. Proses kejadian contagion ini berlangsung secara dyadic dengan siklus yang berkelanjutan dan berkesinambungan (Hatfield et al., 1994)

Jenis dan Bentuk Emosi

Jenis dan pembagian emosi secara umum dapat berwujud; marah, kecemasan, ketakutan, senang, sedih, jijik, cemburu - iri, berani, cinta, dan malu. Menurut (McGilloway et al., 2000) ada 5 kategori emosi awal yang melekat secara otomatis dalam sistem diri, yaitu; perasaan takut, senang, netral, sedih dan marah. Secara khusus (Strapparava & Mihalcea, 2007) melalui metode pengidentifikasian emosi dalam bentuk teks (emosi tertulis), ditemukan adanya enam dasar emosi, yaitu; marah, jijik, takut, nyaman, sedih, dan terkejut.

Namun demikian, masih ada pembagian emosi yang bersifat memperbandingkan gejala dalam dua dimensi atau lebih, di antaranya adalah emosi positif (cinta dan nyaman) dan emosi negatif (marah, sedih dan takut). Pembagian ini sebenarnya juga beracuan pada dimensi yang multiperspektif. Misalnya dalam perspektif emosi vs kognisi, pengalaman emosi vs ungkapan emosi (Strongman et al., 2003). Proses organisasi kognisi maupun tidak, secara pasif maupun aktif, adaptive vs maladaptive, emosi sadar (*conscious emotions*) vs emosi tidak sadar (*unconscious emotions*).

Menurut (Plutchik, 1991) bahwa suatu emosi dapat berproses secara dyadic dan berperan secara intensif dan adaptif terhadap diri seseorang yang diistilahkan dengan roda emosi Plutchik (*Plutchik's Wheel of Emotions*). Sebagai contoh adalah emosi takut dan berharap. Takut merupakan emosi dasar yang berada diantara perasaan cemas dan terror. Rasa takut (*fear*) dapat terjadi dikarenakan keinginan untuk mempertahankan diri (*survival*) secara fisik (Strongman et al., 2003). Sedangkan perasaan berharap (*hope*) menurut Snyder (Boniwell, 2012) merupakan bentuk perasaan optimistis yang mempresentasikan kemampuan diri dalam memahami sesuatu yang diinginkan, memikirkan cara

mencapainya, dan melakukannya secara kontinu. Demikian juga dengan perasaan sedih, marah percaya, dan seterusnya.

Roda Emosi Plutchik berbeda dengan hasil pemetaan emosi yang dilakukan oleh (Heider, 2011) pada masyarakat Minangkabau dan Jawa di Indonesia. Hasil penelitian Heider lebih mendekati temuan emosi yang ditawarkan dalam berbagai perspektif, sekalipun dengan istilah yang berbeda "*landscapes of emotion*". Ada enam emosi yang ditemukan, yaitu; marah, jemu, takut, gembira, sedih, dan terkejut. Keenam emosi ini dianalisis dengan menggunakan alur emosi dan diklasifikasikan berdasarkan klaster. Pemetaan emosi Heider juga menggunakan alternatif lain untuk mengetahui tingkatan klaster emosi dengan memperbandingkan aspek psikologis maupun sikap yang bersifat positif-negatif maupun *superiority-inferiority*.

Perbedaan jenis dan pembagian emosi ini menurut (Strongman et al., 2003) disebabkan oleh spektrum emosi yang terbentuk melalui; proses contagion dan dyadic. Proses contagion; merupakan proses internal diri yang terjadi secara sadar dan otomatis. Sedangkan proses dyadic merupakan interaksi yang bersifat siklus berkelanjutan. Menurut (Hsee et al., 2011); (Hatfield et al., 1994) bahwa emosional contagion itu dapat terjadi secara otomatis dalam bentuk mimik, sinkronisasi ekspresi muka, suara, postur dan gerak tubuh. Kejadian emosional otomatis dapat terjadi secara menyeluruh dalam bentuk emosi total. Identifikasi emosi tanpa pembedaan antara perasaan yang satu terhadap perasaan yang lainnya. Proses kejadian contagion ini berlangsung secara dyadic dengan siklus yang berkelanjutan dan berkesinambungan dalam bawah sadar, sehingga dimungkinkan muncul berbagai ekspresi emosi yang bervariasi sesuai dengan spektrum dan tingkat aliran emosi yang dimiliki individu.

Penularan Emosi

Studi tentang penularan emosi telah menjadi fokus penelitian banyak ahli dari berbagai disiplin ilmu karena erat kaitannya dengan berbagai bentuk interaksi, seperti sebagai transaksi perdagangan/jual beli dan komunikasi kelompok. Secara historis, penularan emosi berhubungan langsung dengan perasaan empati dan simpati (Hatfield et al., 1994). Secara umum, empati digambarkan sebagai kemampuan untuk berbagi

pengalaman orang lain dan dikaitkan dengan aktivitas struktur saraf dan tanggapan fisiologis (Singer & Lamm, 2009). Oleh karena itu, di penelitian tentang empati, penularan emosi dalam interaksi sosial tampaknya menjadi karakteristik penting untuk memahami emosi (Harrison et al., 2006). Teori empati mempelajari bagaimana manusia dan hewan bereaksi terhadap keadaan afektif sebagai bentuk utama dari penularan emosi.

Menurut (Hatfield et al., 1994), penularan emosi adalah kecenderungan untuk secara otomatis meniru (*mimicry*) dan mengadaptasi (*synchrony*) ekspresi wajah, suara, postur dan **gerakan** tubuh kepada orang lain, dan konsekuensinya terpengaruh secara emosional. Ekspresi wajah, suara, posisi, dan gerakan tubuh orang lain disebut informasi emosional. Informasi emosional dapat diperoleh melalui berbagai pengamatan terhadap seseorang.

Penularan emosi terkait dengan dorongan/ drive-emosional (Hatfield et al., 1994);(Prochazkova & Kret, 2017). Pernyataan ini didasarkan pada banyaknya literatur tentang penularan emosi yang didasarkan pada teori gairah (Mehrabian & Russell, 1974); (Mehrabian, 1980); (Russell, 2003). Hasil penelitian menyatakan bahwa emosi dapat diklasifikasikan menurut tingkat kesenangan (positif/negatif) dan tingkat drive gairah (rileks/aktif) yang dialami individu. Oleh karena itu emosi dapat dikatakan sebagai kombinasi antara perasaan dengan drive gairah. Tinjauan literatur menunjukkan teori lain yang bisa mendukung kerangka konseptual penularan emosi. Lazarus, (1966) menunjukkan bahwa tingkat stres dikaitkan dengan jenis emosi yang serupa, seperti kecemasan. Teori lain mengacu pada perbedaan keadaan kognitif pada individu bervariasi tergantung pada tingkat keterampilan individu menghadapi tantangan. Menurut (Bandura, 1973), teori belajar sosial menunjukkan bahwa individu belajar dari pengalaman setelah mengamati perilaku individu lain dengan melibatkan kognitif.

Teori pertukaran sosial (Emerson, 1976) menunjukkan bahwa individu bersandar dari pengalaman individu lain dalam mengambil keputusan. Selain itu, teori penilaian kognitif (Moors et al., 2013) menunjukkan bahwa pengalaman kognitif bawah sadar dapat mempengaruhi emosi. Teori informasi sosial (van Kleef, 2009) mengemukakan bahwa individu cenderung menafsirkan emosi terkait dengan isi pesan (konten), yang secara tidak langsung mempengaruhi perilaku mereka. Teori informasi sosial (*social information theory*) ini mendukung pernyataan bahwa ketika individu memproses informasi dan emosi pada

saat yang sama maka keduanya akan tertarik oleh kesamaan. Informasi dan emosi.

Penularan emosi dan bagaimana pengaruhnya terhadap suasana hati dapat dipahami melalui dua tipe penularan emosi, yaitu: (1) *Implicit emotion contagion*/ penularan emosi melalui tindakan implisit dan (2) *Explicit emotion contagion*/ penularan emosi melalui tindakan eksplisit. Pertama, penularan emosi melalui tindakan implisit (*implicit emotion contagion*) dapat dikatakan sebagai penularan emosi otomatis atau tidak disadari. Penularan emosi otomatis dapat terjadi melalui komunikasi dengan isyarat non verbal melalui media. Komunikasi lewat media sosial dan digital adalah contoh paling baik yang dapat menggambarkan penularan emosi secara implisit. Sebuah penelitian yang dilakukan melalui pengguna facebook menunjukkan bahwa penggunaan iklan dan postingan tertentu oleh teman facebook secara tidak langsung mempengaruhi emosi dan suasana hati. Proses umpan balik terjadi ketika pengguna facebook lainnya menerima dan menerjemahkan informasi untuk memberikan tanggapan yang tepat kepada orang lain dalam situasi tertentu, terutama dengan tindakan sebagai manifestasi dari terjadinya proses penularan emosi yang implisit. Pada proses penularan emosi implisit, individu perlu perhatian yang lebih banyak untuk memproses setiap situasi dan membaca emosi orang lain dengan tepat. Namun demikian, dengan penularan emosi implisit individu akan dapat melakukan perbandingan sosial dari emosi antar individu untuk melihat apakah emosi tersebut sesuai dengan situasi atau tidak.

Data terkait penularan emosi menunjukkan bahwa emosi negatif dirasakan lebih kuat dan lebih cepat “menular” daripada emosi positif. Studi menunjukkan bahwa orang akan cenderung merasakan dan melakukan upaya terbaik ketika mereka memiliki setidaknya tiga kali lebih banyak emosi positif daripada emosi negatif. Hal itu yang disebut bias negatif.

Bias negatif adalah kecenderungan alami manusia untuk lebih memperhatikan emosi negatif daripada emosi positif. Hal ini disebabkan karena emosi negatif menarik lebih banyak perhatian individu pada masalah - masalah yang mungkin perlu direspon dan diselesaikan dengan cepat. Menyesuaikan diri dengan emosi negatif bisa menjadi mekanisme bertahan hidup bagi individu. Namun, bias negatif juga dapat membuat individu lebih impulsif (Eben et al., 2020) menimbulkan mekanisme coping yang tidak

efektif (Benuto et al., 2020) dan hanya berfokus pada pikiran-pikiran negatif dalam waktu yang relatif lama, bahkan jika individu mengalami emosi positif dan emosi dalam kadar yang sama di satu waktu tertentu. Individu membutuhkan setidaknya tiga kali lebih banyak emosi positif untuk meningkatkan pikiran positif.

Selain itu, energi yang lebih tinggi dalam penularan emosi implisit menghasilkan respons yang lebih kuat dan lebih cepat daripada penularan emosi implisit dengan energi yang lebih rendah. Semakin negatif emosi dan semakin tinggi energinya, semakin kuat reaksi individu. Inilah yang menyebabkan perubahan suasana hati kita dan perasaan "menular" secara emosional. Energi emosi mengacu pada intensitas ekspresi emosi yang dikomunikasikan dari satu orang ke orang lain. Energi emosi melibatkan intonasi, nada, kenyaringan, dan tempo suara ketika seseorang berbicara (Scherer et al., 2003), serta perilaku nonverbal seperti gerakan dan pola wajah. Tampilan emosi positif atau negatif yang memiliki energi tinggi akan menularkan emosi lebih kuat karena energi yang menyertai emosi dapat mengkomunikasikan pesan emosional dengan lebih jelas dan akurat daripada emosi yang disertai dengan energi rendah. Dalam sebuah studi tentang komunikasi emosional, menemukan bahwa saat berinteraksi dengan orang lain, hanya 7 persen pemahaman subyek terhadap emosi orang lain yang berasal dari kata-kata yang diucapkan, sedangkan 38 persen dan 55 % dikaitkan dengan nada verbal dan ekspresi wajah (Barsade, 2016).

Kedua, penularan emosi secara eksplisit (*explicit emotion contagion*). Istilah *explicit emotion contagion* digunakan ketika seseorang berniat untuk mencapai sesuatu dengan tujuan melalui manipulasi. Relasi kelompok di berbagai setting tempat (kantor misalnya) adalah contoh di mana penularan emosi eksplisit dapat terjadi secara optimal. Pengaruh afektif, seperti antusiasme rekan kerja atau atasan, dapat berpengaruh terhadap hasil yang ingin dicapai seperti peningkatan etos kerja dan pencapaian tujuan yang lebih baik. Penularan emosi eksplisit mengacu pada keterampilan individu dalam bermain peran seperti drama. Hal ini disebabkan karena sengaja bertindak sebagai representasi pikiran dan perasaan internal, (*affective impression management*).

Mekanisme Penularan Emosi

Penelitian (Savira, 2010) dengan metode studi kasus holistik pada proses, akibat dan faktor-faktor yang mempengaruhi penularan emosi yang terjadi pada pasien-pasien di Rumah Sakit, menemukan bahwa penularan emosi dapat terjadi melalui tiga cara, yaitu *conscious cognitive process, conditioned and unconditioned responses*, serta *mimicry/feedback*. Ketiga cara ini pada dasarnya melalui proses yang sama. Dimulai dari pengamat (orang yang menerima informasi emosional) dari pengamatan terhadap perilaku ekspresif orang lain, kemudian pengamat menerjemahkan informasi emosional berdasarkan ingatan dan pengalaman masing-masing dan dihayati sebagai sesuatu yang seolah-olah muncul dari dirinya sendiri, kemudian pengamat akan berbagi perasaan, mood dan emosi yang sama dengan orang yang mengirimkan informasi emosional tersebut.

Faktor Yang Mempengaruhi Penularan Emosi

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya penularan emosi antara lain:

1. Perhatian individu terhadap informasi eksternal, terutama informasi emosional dari individu lain. Perhatian individu terutama dipengaruhi oleh kesadaran akan informasi internal, seperti ingatan dan pengalaman tertentu, serta kemampuan untuk mengontrol pemilihan rangsangan yang menjadi sumber perhatian. Informasi emosional dapat diperoleh dengan mengamati ekspresi wajah, postur dan gerakan tubuh, serta mengamati intonasi kata dan suara.
2. Emosi. Emosi yang mempengaruhi individu untuk lebih peka terhadap satu atau lebih isyarat emosi yang serupa atau serupa dengan keadaan emosi individu pada saat itu atau yang dianggap lebih penting daripada rangsangan lainnya
3. *Behavioral synchrony*, Faktor ini dapat membantu orang mengenali emosi orang lain dengan lebih baik. Individu yang memiliki kecenderungan untuk melakukan *behavioral synchrony* akan lebih mudah mengalami penularan emosi

Penularan Emosi Melalui Ekspresi Wajah

Selama terjadi proses interaksi, individu cenderung menyelaraskan dengan keadaan emosi individu lain, tidak hanya dalam bentuk berempati secara emosional dengan individu

lain tetapi juga meniru ekspresi wajah dan perubahan gerak tubuh (Hatfield et al., 1994); (Hess & Fischer, 2014).

Mempelajari ekspresi wajah telah menjadi salah satu metode pendekatan utama yang digunakan untuk mempelajari penularan emosi (Harrison et al., 2006); (Manera et al., 2013); (Kret, 2015); (Smith & Rose, 2020). Banyak peneliti sepakat pentingnya ekspresi wajah untuk melihat proses penularan emosi, menjelaskan bahwa dalam interaksi tatap muka, emosi dapat ditransfer dari yang diamati ke pengamat (Ekman et al., 1983). Misalnya, kualitas kepribadian seorang konselor yang dirasakan oleh konseli dapat dipengaruhi oleh senyum yang diberikan oleh konselor pada saat sesi konseling berlangsung. Selain itu, dalam komunikasi audio visual dengan menggunakan media, senyuman dan emosi dapat menular melalui perubahan ekspresi wajah.

Namun demikian, keadaan psikologis individu dapat mempengaruhi pemrosesan informasi emosional; misalnya individu dengan gangguan depresi akan sulit membedakan antara informasi (konten) positif atau non-emosional (Goodin et al., 2019). Hasil penelitian terbaru menunjukkan bahwa keadaan afeksi negatif memiliki dampak yang lebih kuat pada emosi negatif daripada emosi positif (Pinilla et al., 2020). Dalam hal ini, (Deng & Hu, 2018) mengemukakan dua jenis penularan emosi, yaitu: (1) penularan emosi berdasarkan pada perubahan ekspresi wajah untuk mendasari pemrosesan emosi positif, dan (2) penularan emosi berdasarkan pada penilaian sosial untuk mendasari pemrosesan emosi negatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penularan emosi, proses sosial harus dianggap sama pentingnya. Hal ini berarti bahwa perubahan emosi bergantung pada konteks sosial (Hess & Fischer, 2014).

Pandangan konteks sosial berpendapat bahwa penularan emosi dapat menggambarkan fungsi sosial, dan bergantung pada konteks sosial di mana emosi diekspresikan. Penularan emosi melalui mimik wajah (*mimicry*) dapat terjadi ketika pengamat dan orang yang diamati memiliki kedekatan (*affiliate*) atau dianggap sebagai relasi, dan jika ingin berafiliasi (Lakin & Chartrand, 2016); (Stel & Vonk, 2010); (Stel & van den Bos, 2010). Temuan ini bahwa penularan emosi melalui ekspresi wajah tergantung pada hubungan antara pengeksresi dan pengamat, karena interpretasi sinyal emosional juga tergantung pada bagaimana seseorang berhubungan dengan pengeksresi. Penularan emosi

melalui ekspresi wajah (Hatfield et al., 1994); (Dimberg et al., 2016) diasumsikan memiliki dua fungsi sosial yang penting, yaitu membina ikatan sosial, dan membantu memahami dan berempati dengan emosi orang lain (Hatfield et al., 1994); (Dimberg et al., 2016).

Melihat bagaimana fungsi sosial terhadap penularan emosi, penelitian menunjukkan bahwa ekspresi emosi melalui ekspresi wajah hanya terjadi ketika sinyal emosional dapat dianggap sebagai sebuah kedekatan/ relasi (fungsi afiliasi) dan ketika ekspresi emosi menunjukkan adanya ikatan sosial dan saling pengertian (Hatfield et al., 1994); (Parkinson et al., 2004). Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penularan emosi cenderung lebih mungkin terjadi antar orang yang memiliki kedekatan/ hubungan relasional daripada antar orang asing/ yang tidak memiliki kedekatan/ relasi sosial.

Dalam beberapa tahun terakhir, peneliti fokus pada bagaimana isyarat nonverbal juga dapat mentransfer emosi; misalnya, melalui emosi (Tang & Foon Hew, 2018) atau postingan media sosial (Kramer et al., 2014). Ekspresi wajah cenderung ditiru dalam interaksi tatap muka, namun dengan dimasukkannya interaksi online lewat media digital, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang penularan emosi untuk mengungkap reaksi interaksi tanpa melibatkan tatap muka.

Penularan Emosi Melalui Perilaku

Penelitian terdahulu tentang perilaku konsumen bertujuan untuk menjelaskan peran emosi selama proses pengambilan keputusan (Felbermayr & Nanopoulos, 2016); (Zablocki et al., 2019). Para peneliti menyimpulkan bahwa emosi, baik positif maupun negatif, dapat menular dengan mengamati pengalaman orang lain (Kramer et al., 2014). Literatur menunjukkan bahwa penularan emosi dapat terjadi bahkan tanpa interaksi tatap muka; misalnya, saat berinteraksi di media sosial. Dengan membaca konten dan mengamati perilaku orang lain di jejaring sosial terbukti dapat memicu penularan emosi. Dalam eksperimen menggunakan media sosial, (Wakefield & Wakefield, 2018) menemukan bahwa ketika orang membaca ulasan produk atau pengalaman pelanggan yang negatif, mereka cenderung merasakan keraguan/ kecemasan yang lebih besar.

Penelitian lain bahkan telah mengkonfirmasi bahwa meskipun tanpa isyarat nonverbal sama sekali, emosi dapat menular. Pernyataan ini dapat kita amati dalam

interaksi online, bahwa ekspresi wajah tampaknya tidak penting untuk penularan emosi. Saat berinteraksi online, orang mengasosiasikan ulasan positif atau peringkat tinggi dengan emosi positif, sementara peringkat rendah dan negatif. Oleh karena itu, emosi yang dimiliki oleh orang lain mempengaruhi pengalaman pelanggan, yang menghasilkan respons perilaku tertentu.

Penularan Emosi Melalui Reaksi Fisiologis dan Neurologis

Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa, selama proses interaksi sosial, pengamatan pada keadaan emosi orang lain secara otomatis mengaktifkan respons sistem saraf otonom yang sama dan merepresentasi keadaan afektif seperti yang diamati oleh pengamat (Hatfield et al., 1994); (Keysers & Gazzola, 2010); (Anders et al., 2011); (Prochazkova & Kret, 2017). Pola emosi dasar dapat diidentifikasi secara fisiologis (Schachter & Singer, 1962), begitu juga dalam hal penularan emosi, emosi positif dan negatif dikaitkan dengan reaksi fisiologis. Oleh karena itu, penularan emosi selama interaksi sosial dapat menimbulkan impuls dan drive, afektif dan kognisi (Kret, 2015).

Penularan emosi dalam reaksi fisiologis mengungkapkan bahwa gairah fisiologis sebagai indikator untuk mengamati kecemasan (Hatfield et al., 1994). Oleh karena itu, tingkat gairah fisiologis yang berbeda dapat dikaitkan dengan beberapa emosi (Peifer et al., 2014). Misalnya, kemarahan dan ketakutan terkait dengan pola fisiologis tertentu. Gairah fisiologis lebih erat kaitannya dengan intensitas daripada valensi (positif/negatif) emosi (Hatfield et al., 1994). Oleh karena itu, untuk memahami penularan emosi, analisis reaksi fisiologis harus dipadukan dengan teknologi yang lebih canggih untuk melihat mekanisme saraf secara lebih baik sehingga dapat menawarkan kemungkinan penelitian lanjutan.

Upaya Mengendalikan Penularan Emosi Negatif

Untuk tidak mudah tertular emosi negatif yang tidak nyaman, maka yang dapat dilakukan adalah individu antara lain, Pertama, memaksimalkan potensi kognitif dengan cara mempelajari keterampilan berpikir untuk adaptasi yang berpusat baru atau unik.

Penelitian (Petitta et al., 2021) menyimpulkan bahwa penularan emosi positif dan negatif di kalangan karyawan sebagai anteseden kegagalan kognitif dan kecelakaan kerja.

Menggunakan teori penularan emosi (Hatfield et al., 1994) dan model saraf emosi dan kognisi (Fellous et al., 2002); (Petitta et al., 2021) menguji proposisi bahwa penularan emosi negatif disertai dengan disfungsi kognisi akan menyebabkan kegagalan kognitif yang lebih besar, sedangkan penularan emosi positif disertai dengan pemrosesan informasi yang dan kognisi positif akan meminimalisir kegagalan kognitif. Pada gilirannya, kegagalan kognitif diprediksi terkait dengan tingkat kecelakaan kerja yang lebih tinggi.

Artinya, emosi positif yang diterima individu tanpa sadar saat berinteraksi dengan orang lain di tempat/ situasi tertentu membuat individu mengalami kondisi tingkah laku yang optimal dan membantu mereka tetap positif dan efektif dalam memproses informasi (Petitta et al., 2021). Efektivitas aktivitas kognitif inilah yang pada akhirnya mendorong individu mampu menyelesaikan suatu kegiatan dengan cara yang “aman”. Sebaliknya, individu yang “terinfeksi” emosi negatif dari individu lain mungkin mengalami kondisi yang tidak menyenangkan yang menyebabkan ketidakmampuan untuk mengontrol jalannya peristiwa, pemikiran negatif, dan disfungsi pemrosesan informasi, sehingga mengurangi sumber daya untuk mengatasi penyelesaian tugas dengan penuh perhatian dan aman.

Studi terbaru juga berfokus pada peran komponen kognitif pada penularan emosi melalui paradigma bias kognitif. Penelitian menunjukkan bahwa, individu dalam suasana hati yang lebih negatif akan membuat penilaian yang lebih pesimis saat menilai sebuah rangsang emosi, sementara individu dalam suasana hati yang positif membuat penilaian yang lebih optimis tentang rangsang emosi. Penilaian terhadap rangsang emosi ini merupakan aktivitas kognitif. Sejalan dengan itu, paradigma bias kognitif menjelaskan bahwa bias yang ditemukan dalam kinerja kognitif individu berfungsi sebagai alat untuk mengukur valensi positif atau negatif dari keadaan afektifnya. Temuan-temuan penelitian di atas menunjukkan bahwa keterampilan kognitif, dapat menjadi sebuah “alat” untuk mengontrol penularan emosi khususnya emosi negatif.

Kedua, melejitkan potensi fitrah yang bersifat intuitif, dengan cara berdo'a dan bentuk ritual agama lainnya. Mengapa begitu banyak individu mengadopsi dan mempertahankan doktrin, sikap, dan praktik keagamaan yang mereka anut? (Thagard, 2005) melalui penelitiannya mencoba melihat peran emosi dalam kognisi manusia.

Secara khusus, (Thagard, 2005) menawarkan penjelasan tentang keyakinan agama

sebagai koherensi emosional di mana individu akan mengadopsi keyakinan agama yang sesuai dengan kebutuhan emosional mereka. Pemikiran emosional melibatkan proses pemikiran individu dan proses sosial yang mentransmisikan dan membantu mempertahankan sikap religius.

Hal itu sejalan dengan (Paloutzian & Park, 2005) yang menyatakan bahwa hubungan antara agama dan emosi adalah hubungan yang panjang dan intim. Pertama, agama selalu menjadi sumber pengalaman emosional yang mendalam. Keterkaitan antara agama dan emosi juga dapat dilihat dalam sikap religius terhadap pengalaman dan ekspresi emosi. (Paloutzian & Park, 2005) mengemukakan tiga cara di mana sistem makna religius dan spiritual mempengaruhi emosi. Pertama, agama mengatur emosi yang pantas dan tidak pantas dan tingkat intensitasnya. Kedua, keyakinan tentang sifat dan sifat-sifat Tuhan dapat menimbulkan kekhususan emosi serta mempengaruhi kesejahteraan emosional secara keseluruhan. Misalnya, keyakinan individu tentang Tuhan yang penuh kasih mungkin memiliki efek positif pada kesejahteraan emosional, sementara keyakinan tentang Tuhan yang pendendam dan penghukum mungkin memiliki efek sebaliknya. Ketiga, agama menawarkan kesempatan untuk mengalami pengalaman emosional secara unik dan kuat.

Individu dengan keyakinan beragama yang kuat, yang diwujudkan salah satunya dengan ritual keagamaan akan merasakan pengaruh ilahi pada peristiwa sehari-hari, peristiwa ini akan dianggap lebih bermakna dan karenanya mampu menghasilkan emosi yang lebih kuat daripada peristiwa biasa.

Selanjutnya, individu yang beragama dan tidak beragama berbeda dalam persepsi mereka tentang masalah kelayakan untuk peristiwa kehidupan. Karena keyakinan bahwa peristiwa menandakan maksud dan kehendak Tuhan, individu yang religius lebih cenderung menerima peristiwa kehidupan daripada individu yang tidak religius, dan kelayakan biasanya dikaitkan dengan reaksi emosional yang kurang intens.

Begitu pula dengan masalah pengendalian diri. Individu beragama, biasanya percaya bahwa Tuhan mengarahkan dan mengendalikan peristiwa sehari-hari. Pengendalian diri berhubungan positif dengan intensitas emosional; dengan demikian, semua hal dianggap sama, intensitas emosional individu yang beragama akan lebih rendah daripada individu yang tidak beragama.

Oleh karena itu, memaksimalkan potensi fitrah melalui keyakinan beragama dapat digunakan sebagai salah satu media untuk mengendalikan dan mengelola penularan emosi negatif

Penutup

Penelitian ini menafsirkan dan mengklasifikasikan penelitian terkini seputar penularan emosi, mereview latar belakang teoritis dari konsep penularan emosi, faktor-faktor yang mempengaruhi, mekanisme dan mengidentifikasi berbagai mekanisme dan pendekatan metodologis yang mendasari proses penularan emosi dalam interaksi manusia. penularan emosi adalah suatu kecenderungan untuk secara otomatis meniru (*mimicry*) dan menyesuaikan (*synchrony*) ekspresi wajah, suara, postur dan gerakan tubuh dengan yang diperagakan orang lain, dan konsekuensinya ikut terpengaruh secara emosional. Beberapa teori berupaya menjelaskan penularan emosi antara lain, teori theory of arousal (Mehrabian dan Russell, 1974; Mehrabian, 1980; Russell, 1980, 2003) yang menjelaskan bagaimana kombinasi dari dua elemen -tingkat kesenangan (positif/negatif) dan tingkat gairah (santai/aktif)- dapat memicu emosi. Gairah emosi ditularkan (ditransfer) selama interaksi manusia. Penularan emosi fokus pada interaksi manusia untuk memahami perilaku yang dihasilkan dari penularan emosi.

Penularan emosi dapat terjadi melalui tiga cara, yaitu *conscious cognitive process*, *conditioned and unconditioned responses*, serta *mimicry/feedback*. Ketiga cara ini pada dasarnya melalui proses yang sama. Dimulai dari pengamat (orang yang menerima informasi emosional) dari pengamatan terhadap perilaku ekspresif orang lain, kemudian pengamat menerjemahkan informasi emosional berdasarkan ingatan dan pengalaman masing-masing dan dihayati sebagai sesuatu yang seolah-olah muncul dari dirinya sendiri, kemudian pengamat akan berbagi perasaan, mood dan emosi yang sama dengan orang yang mengirimkan informasi emosional tersebut.

Penelitian ini mengidentifikasi tiga bidang berbeda yang menggambarkan mekanisme dan efek penularan emosi dalam interaksi manusia ke manusia, meliputi: (1) penularan emosi melalui ekspresi wajah. Ekspresi wajah dapat menjadi isyarat kualitas atau

sikap yang menciptakan perasaan positif atau negatif kepada individu pengamat dalam konteks interaksi sosial.

Dalam interaksi sosial melalui media online/ digital ketika isyarat wajah tidak ada, nada dan valensi suara dapat berfungsi sebagai media penularan emosi; (2) Reaksi perilaku dapat menjadi sarana penularan emosi. Reaksi tersebut dapat diungkapkan secara lisan atau dalam bentuk tertulis; misalnya, dalam ulasan pelanggan yang positif atau negatif di forum online atau media sosial. Melalui penelitian terdahulu, para peneliti memanipulasi dan mengubah emosi orang dalam skala besar melalui postingan media sosial (Kramer et al., 2014); (3) Reaksi fisiologis dan neurologis menyebabkan penularan emosi. Keadaan emosi seseorang dapat mengaktifkan respons sistem saraf otonom dan representasi saraf akan terlihat dalam bentuk keadaan afeksi.

Studi saat ini mungkin masih memiliki keterbatasan mengenai ketersediaan data pada literatur yang sudah ada. Keterbatasan pada sumber data seperti akses terhadap jurnal tertentu, dan bahasa yang digunakan dalam literatur yang di-review. Penelitian yang akan datang dapat memperhatikan sumber data yang digunakan agar hasil literatur review yang dihasilkan dapat lebih akurat.

Kemungkinan potensi bias pada pemilihan sumber disebabkan kurang cermatnya pemilihan sumber data. Penelitian yang akan datang dapat lebih obyektif dalam memilih sumber data. Data yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian sebaiknya tidak saja yang dapat mendukung hipotesis penelitian, tetapi juga data-data yang menunjukkan kritik terhadap hipotesis yang diajukan. Hal ini akan meminimalisir adanya distorsi dalam penelitian yang dilakukan.

Daftar Pustaka

- Adam D. I. Kramer, Jamie E. Guillory, & Jeffrey T. Hancock. (2004). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *PSYCHOLOGICAL AND COGNITIVE SCIENCES*, 111(24), 8788–8790.
- Anders, S., Heinzle, J., Weiskopf, N., Ethofer, T., & Haynes, J. D. (2011). Flow of affective information between communicating brains. *Neuroimage*, 54, 439–446.

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bandura, A. (1973). *Aggression: a social learning analysis*. . Prentice-hall and Wiston.
- Barsade, S. G. (2016). The Ripple Effect: Emotional Contagion and its Influence on Group Behavior. *Sage Journals*, 47(4).
- Benuto, L. T., Yang, Y., & Lancaster, C. (2020). Distress Tolerance and Emotion Regulation as Potential Mediators Between Secondary Traumatic Stress and Maladaptive Coping. *Journal of Interpersonal Violence*, 37(13–14).
- Boniwell, I. (2012). *Positive Psychology in a Nutshell. The Science of Happiness*. McGraw-Hill Education.
- Deng, H., & Hu, P. (2018). Matching your face or appraising the situation: Two paths to emotional contagion. . *Front. Psychol.* , 8(2278).
- Dimberg, U., Thunberg, M., & Elmehed, K. (2016). Unconscious Facial Reactions to Emotional Facial Expressions. *Psychological Science*, 11(1).
- Dixon, M. L., Thiruchselvam, R., Todd, R., & Christoff, K. (2017). Emotion and the prefrontal cortex: An integrative review. *Psychological Bulletin*, 143(10), 1033–1081.
- Eben, C., Billieux, J., & Verbruggen, F. (2020). Clarifying the Role of Negative Emotions in the Origin and Control of Impulsive Actions. *Journal of the Belgian Association for Psychological Science*, 60(1), 1–17.
- Ekman, P., Levenson, R. W., & Friesen, W. v. (1983). Autonomic nervous system activity distinguishes among emotions. . *Science* , 221, 1208–1210.
- Elaine, H., Lisamarie, B., Paul D. Thornton, & Richard L. Rapson. (2014). New Perspectives on Emotional Contagion: A Review of Classic and Recent Research on Facial Mimicry and Contagion. *An International Journal on Personal Relationship*, 8(2).
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. . *Annu. Rev. Sociol.*, 2, 335–362.
- Felbermayr, A., & Nanopoulos, A. (2016). The role of emotions for the perceived usefulness in online customer reviews. . *J. Interact. Market.* , 36, 60–79.
- Fellous, J.-M., Armony, J. L., & LeDoux, J. E. (2002). Emotional Circuits and Computational Neuroscience . In *The Handbook of Brain Theory and Neural Networks, Second edition*. The MIT Press.
- Goodin, P., Lamp, G., Hughes, M. E., Rossell, S. L., & Ciorciari, J. (2019). Decreased

- response to positive facial affect in a depressed cohort in the dorsal striatum during a working memory task—A preliminary fMRI study. . *Front. Psychiatr.* , 10(60).
- Harrison, N. A., Singer, T., Rotshtein, P., Dolan, R. J., & Critchley, H. D. (2006). Pupillary contagion: central mechanisms engaged in sadness processing. *Soc. Cogn. Affect. Neurosci.* , 5(17).
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1994). *Emotional contagion,*” in *Studies in Emotion and Social Interaction* . Cambridge University Press.
- Heider, Karl. G. (2011). *The Cultural Context of Emotion: Folk Psychology in West Sumatra*. St. Martin’s Press.
- Henig, T. T., Groth, M., & Gremier, D. D. (2018). Are All Smiles Created Equal? How Emotional Contagion and Emotional Labor Affect Service Relationships. *Sage Journals*, 70(3).
- Hess, U., & Fischer, A. (2014). Emotional mimicry: why and when we mimic emotions. *Soc. Personal. Psychol. Compass* , 8, 45–57.
- Hsee, C. K., Hatfield, E., & Chemtob, C. (2011). Assessments of the Emotional States of Others: Conscious Judgments Versus Emotional Contagion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 11(2).
- Izard, Carroll. E. (1977). *Human Emotion*. Springer Science Business Media.
- Keysers, C., & Gazzola, V. (2010). Social neuroscience: mirror neurons recorded in humans. . *Curr. Biol.* , 20, 353–354.
- Kimberly A. Neuendorf. (2017). *The Content Analysis Guidebook*. SAGE Publications.
- Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. . *Proc. Nat. Acad. Sci.* , , 111, 8788–8790.
- Kret, M. E. (2015). Emotional expressions beyond facial muscle actions. A call for studying autonomic signals and their impact on social perception. *Front. Psychol.* , 6(711).
- Kurt W. Fischer. Phillip R. Shaver. Peter Carnochan. (1990). How Emotions Develop and How they Organise Development. *Cognition & Emotion* , 4(2), 81–127.
- Lakin, J. L., & Chartrand, T. L. (2016). Using Nonconscious Behavioral Mimicry to Create Affiliation and Rapport. *Psychological Science*, 14(4).

- Lazarus, R. S. (1966). *Psychological Stress and the Coping Process*. . McGraw-Hill.
- Manera, V., Grandi, E., & Colle, L. (2013). Susceptibility to emotional contagion for negative emotions improves detection of smile authenticity. . *Front. Hum. Neurosci*, 7(6).
- Mauss, I. B., Bunge, S. A., & Gross, J. J. (2008). Culture and Automatic Emotion Regulation. In *Regulating emotions : culture, social necessity, and biological inheritance* (p. 39). Blackwell Pub.
- Mehrabian, A. (1980). *Basic dimensions for a general psychological theory: Implications for personality, social, environmental, and developmental studies*. . Oelgeschlager, Gunn and Hain.
- Mehrabian, A., & Russell, J. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. he MIT Press.
- Moors, A. , Ellsworth, P. C. , Scherer, K. R. , & Frijda, N. H. (2013). Appraisal theories of emotion: state of the art and future development. . *Emotion Rev.* , 5, 119–124.
- Oxford. (2010). *Oxford Dictionary of English* (Angus Stevenson, Ed.). OUP Oxford.
- Paloutzian, Raymond. F., & Park, Crystal. L. (2005). *Handbook of The Psychology of Religion and Spirituality*. The Guildford Press.
- Parkinson, B., Fischer, A. H., & Manstead, A. S. R. (2004). *Emotion in Social Relations* (1st Edition). Taylor & Francis Group.
- Patricia B. Barger, & Alicia A. Grandey. (2017). Service with A Smile and Encounter Satisfaction: Emotional Contagion and Appraisal Mechanisms. *Academy of Management Journal*, 49(6).
- Peifer, C., Schulz, A., Schächinger, H., Baumann, N., & Antoni, C. H. (2014). The relation of flow-experience and physiological arousal under stress—can it shape it? . *J. Exp. Soc. Psychol.* , 53, 62–69.
- Petitta, L., Probst, T. M., Ghezzi, V., & Barbaranelli, C. (2021). The impact of emotional contagion on workplace safety: Investigating the roles of sleep, health, and production pressure. *SpringerLink*.
- Pinilla, A., Tamayo, R. M., & Neira, J. (2020). How do induced affective states bias emotional contagion to faces? A three-dimensional model. *Front. Psychol.* , 11(97).
- Plutchik, R. (1991). *The Emotions*. University Press of America.

- Prochazkova, E., & Kret, M. E. (2017). Connecting minds and sharing emotions through mimicry: a neurocognitive model of emotional contagion. *Neurosci. Biobehav. Rev.*, 80, 99–114.
- Russell, J. A. (2003a). Core affect and the psychological construction of emotion. *American Psychological Association*, 110, 145–172.
- Russell, J. A. (2003b). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychol. Rev.*, 110, 145–172.
- Savira, S. I. (2010). Penularan Emosi (Emotional Contagion) Pada Pasien Rawat-Inap Kelas 3 Instalasi Rawat-Inap Rumah Sakit Haji Surabaya. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 1(1).
- Schachter, S., & Singer, J. (1962). Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review. American Psychological Association*, 69(5), 379–399.
- Scherer, K. R., Johnstone, T., & Klasmeyer, G. (2003). *Vocal expression of emotion*. Oxford University Press.
- Singer, T., & Lamm, C. (2009). The social neuroscience of empathy. *Ann. N. Y. Acad. Sci.*, 81(96).
- Smith, L. W., & Rose, R. L. (2020). Service with a smiley face: Emotional contagion in digitally mediated relationships. I. *Nt. J. Res. Market*, 37, 301–319.
- Sroufe, L. A. B. (1997). *Emotional Development*. Cambridge University Press, .
- Stel, M., & van den Bos, K. (2010). Mimicry as a Tool for Understanding the Emotions of Others. *Proceedings of Measuring Behavior*, 114.
- Stel, M., & Vonk, R. (2010). Mimicry in social interaction: Benefits for mimickers, mimicees, and their interaction. *British Journal of Psychology*, 101(2).
- Strapparava, C., & Mihalcea, R. (2007). The “Affective Text.” *Proceedings of the 4th International Workshop on Semantic Evaluations*, 70–74.
- Strongman, K., Consedine, N., & Magai, C. (2003). Emotions and behaviour: Data from a cross-cultural recognition study. *Cognition and Emotion*, 17(6).
- Susanne, H. (2020). *Conducting Your Literature Review*. American Psychological Association.
- Tang, Y., & Foon Hew, K. (2018). Emoticon, Emoji, and Sticker Use in Computer-

Mediated Communications: Understanding Its Communicative Function, Impact, User Behavior, and Motive. *In Proceedings of the 25th BCS Conference on Human-Computer Interaction*.

- Thagard, P. (2005). The Emotional Coherence of Religion. *Journal of Cognition and Culture*.
- van Kleef, G. A. (2009). How emotions regulate social life: The emotions as social information (EASI) model. . *Curr. Dir. Psychol. Sci.* , 18, 184–188.
- Wakefield, L. T., & Wakefield, R. L. (2018). Anxiety and ephemeral social media use in negative eWOM creation. . *J. Interact. Market.* , 41, 44–59.
- Zablocki, A., Makri, K., Schlegelmilch, B., & Houston, M. J. (2019). Emotions within online reviews and their influence on product attitudes in Austria, USA and Thailand. . *J. Interact. Market.*, 46, 20–39.