

Studi tentang Peran Kognisi Sosial dan Motif Prososial terhadap Perilaku Etika Komunikasi
Pengguna Facebook Pada Mahasiswa di Kota Bandung

Eka Lindasari, Zulrizka Iskandar, Amir Sjarief Bachtiar

Psikologi Sains, Program Pasca Sarjana

Universitas Padjadjaran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kognisi sosial dan motif prososial terhadap perilaku etika komunikasi pengguna media jejaring sosial facebook yang dilakukan di kota Bandung. Penelitian ini mengambil mahasiswa yang berusia antara 18 sampai dengan 25 tahun sebagai sample. Alat ukur penelitian adalah perkembangan dari teori yang dikemukakan oleh beberapa peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut, alat ukur kognisi sosial dari perkembangan teori Albert Bandura, motif prososial menggunakan alat ukur yang dikembangkan oleh Hoffman dan perilaku etika di media jejaring sosial menggunakan teori yang dikembangkan oleh Virginia Shea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; kognisi sosial signifikan terhadap etika perilaku komunikasi sebesar 50,36%, motif prososial tidak signifikan terhadap etika perilaku komunikasi sebesar 1,6% dan hubungan kognisi sosial dan motif prososial secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap etika perilaku komunikasi sebesar 65 %.

The Effect of Social Cognition and Prosocial Motives on Facebook User Communication Ethics
Behaviour at College Student in Bandung

Eka Lindasari, Zulrizka Iskandar, Amir Sjarief Bachtiar

Science Psychology, Post-Graduate Program

University of Padjadjaran

Abstract

This research aim is to investigate the effect of social cognition and prosocial motives to ethical communication behavior media users of social networking facebook conducted in the city of Bandung. This study takes students aged between 18 to 25 years as a sample. Measuring tool of research is the development of a theory advanced by some previous researchers, as follows, measuring instruments of social cognition of the development of the theory of Albert Bandura, the motive prosocial using a measuring instrument developed by Hoffman and ethical behavior in social media using the theory of Virginia Shea. Research results show that; social cognition had significant effect on ethical communication behaviour in an amount of 50.36%, prosocial motives had no significant to ethical communication behaviour in an amount of 1.6% and social cognition and prosocial motives had significant effect on ethical communication behaviour simultaneously at the amount of 65%.