

Pengalaman Menjadi *People pleaser* Pada Individu Dengan Karakter *Agreeableness* Tinggi

Denada Yuliza^{1*}, Sri Nurhayati Selian²

¹²Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Aceh

*Author Correspondence. Email : denadayuliza@gmail.com

Informasi Artikel	Abstract
<p>Kata Kunci:</p> <p><i>Agreeableness, Batasan Diri, Kepribadian Big Five, People Pleasure, Perilaku Prosocial</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman menjadi <i>people pleaser</i> pada individu dengan karakter <i>agreeableness</i> tinggi. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif partisipan secara mendalam. Subjek penelitian berjumlah tiga responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria memiliki tingkat <i>agreeableness</i> tinggi dan kecenderungan perilaku <i>people pleasing</i>. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (<i>in-depth interview</i>), kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu dengan <i>agreeableness</i> tinggi memiliki kecenderungan kuat untuk membantu dan menyenangkan orang lain sebagai bentuk empati dan upaya menjaga hubungan sosial. Namun, mereka juga mengalami kesulitan dalam mengatakan “tidak”, yang dipengaruhi oleh rasa tidak enak, takut mengecewakan orang lain, serta keinginan menghindari konflik. Faktor yang memengaruhi perilaku tersebut meliputi faktor internal seperti kepribadian dan empati, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial. Perilaku <i>people pleaser</i> memberikan dampak positif berupa hubungan sosial yang harmonis, namun juga berdampak negatif seperti kelelahan emosional, stres, dan burnout. Meskipun demikian, partisipan menunjukkan upaya untuk mengelola perilaku tersebut dengan menetapkan batasan diri dan menyeimbangkan kebutuhan pribadi dengan orang lain. Kesimpulannya, karakter <i>agreeableness</i> yang tinggi berperan dalam munculnya perilaku <i>people pleaser</i>, sehingga diperlukan kemampuan asertivitas dan <i>self-boundaries</i> agar individu dapat menjaga kesejahteraan diri tanpa mengabaikan hubungan sosial.</p>
Article Info	Abstract
<p>Keywords:</p> <p><i>Agreeableness, Self-limitation, Big Five Personality, People Pleasure, Prosocial Behavior</i></p>	<p><i>This study aims to explore the experience of being a people pleaser among individuals with high agreeableness. A qualitative approach with phenomenological methods was used to understand the participants' subjective experiences in depth. Three respondents were selected using purposive sampling based on the criteria of having a high level of agreeableness and a tendency toward people-pleasing behavior. Data were collected through in-depth interviews, then analyzed using thematic analysis. The results show that individuals with high agreeableness have a strong tendency to help and please others as a form of empathy and an effort to maintain social relationships. However, they also experience difficulty saying "no," influenced by feelings of discomfort, fear of disappointing others, and a desire to avoid conflict. Factors influencing this behavior include internal factors such as personality and empathy, as well as external factors such as the social environment. People-pleasing behavior has a positive impact in the form of harmonious social relationships, but also has negative impacts such as emotional exhaustion, stress, and burnout. Nevertheless, participants demonstrated efforts to manage this behavior by setting boundaries and balancing personal needs with those of others. In conclusion, a high agreeableness character plays a role in the emergence of people-pleaser behavior, so assertiveness and self-boundary skills are needed so that individuals can maintain their well-being without neglecting social relationships.</i></p>

1. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sosial, individu dituntut untuk mampu membangun relasi yang harmonis dengan orang lain. Salah satu dimensi kepribadian yang berperan penting dalam interaksi sosial adalah *agreeableness*. Menurut Rahmatullah et al. (2025) dalam kerangka *Big Five*, *agreeableness* menggambarkan kecenderungan individu untuk bersikap kooperatif, hangat, serta memiliki empati terhadap orang lain. Individu dengan tingkat *agreeableness* yang tinggi cenderung mengutamakan keharmonisan sosial, menunjukkan sikap prososial, serta menghindari konflik dalam hubungan interpersonal. Karakteristik ini menjadikan individu lebih mudah beradaptasi dalam lingkungan sosial, namun juga berpotensi menimbulkan kecenderungan untuk mengabaikan kepentingan pribadi.

Di sisi lain, kecenderungan tersebut dapat berkembang menjadi perilaku *people pleasing*, yaitu suatu pola perilaku di mana individu berusaha secara berlebihan untuk menyenangkan orang lain, bahkan dengan mengorbankan kebutuhan diri sendiri. Dalam perspektif kepribadian, Wedhayanti (2024) menjelaskan bahwa perilaku ini dapat dipengaruhi oleh dorongan untuk mempertahankan penerimaan sosial serta menghindari penolakan dari lingkungan sekitar. Individu dengan orientasi interpersonal yang tinggi sering kali menunjukkan kepedulian, sikap kooperatif, serta kecenderungan mendahulukan kebutuhan orang lain dibandingkan kepentingan dirinya sendiri (Ramadhan & Selian, 2026). sehingga berisiko mengalami tekanan psikologis ketika tidak mampu memenuhi ekspektasi sosial. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat berdampak pada kelelahan emosional dan menurunnya kesejahteraan psikologis.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa dimensi kepribadian dalam *Big Five* memiliki keterkaitan dengan berbagai bentuk perilaku sosial, termasuk kecenderungan pengorbanan diri dan kesulitan dalam menolak permintaan orang lain. Rahmatullah et al. (2025) menyatakan bahwa struktur kepribadian yang stabil dan terukur melalui pendekatan *Big Five* menjadi dasar dalam memahami bagaimana individu merespons tuntutan sosial di lingkungannya. Selain itu, Rahmatullah et al. (2025) mengungkapkan bahwa karakteristik kepribadian dapat memprediksi berbagai perilaku sosial, termasuk tindakan yang dipengaruhi oleh kontrol diri dan orientasi terhadap lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa *agreeableness* sebagai salah satu dimensi kepribadian memiliki peran penting dalam membentuk kecenderungan perilaku *people pleasing*.

Selain faktor kepribadian, konteks sosial dan budaya juga turut memengaruhi munculnya perilaku *people pleasing*. Rahmatullah et al. (2025) menjelaskan bahwa dalam masyarakat yang menjunjung tinggi nilai kolektivisme, seperti menjaga

keharmonisan, menghindari konflik, dan menghargai orang lain, individu cenderung menyesuaikan perilakunya dengan norma sosial yang berlaku. Nilai-nilai tersebut dapat memperkuat kecenderungan individu untuk mendahulukan kepentingan kelompok dibandingkan diri sendiri. Akibatnya, perilaku *people pleasing* sering kali dianggap sebagai sesuatu yang wajar dan bahkan diharapkan dalam interaksi sosial.

Meskipun fenomena *people pleasing* telah banyak dikaji dalam psikologi, penelitian yang secara khusus mengeksplorasi pengalaman individu dengan tingkat *agreeableness* tinggi masih relatif terbatas, terutama dalam konteks budaya lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam pengalaman individu yang memiliki karakter *agreeableness* tinggi dalam menjalani peran sebagai *people pleaser*, termasuk dinamika psikologis, faktor yang memengaruhi, serta dampaknya terhadap kesejahteraan individu.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian kepribadian dan psikologi sosial, serta menjadi landasan bagi intervensi psikologis yang membantu individu dalam membangun batasan diri yang sehat tanpa mengorbankan kualitas hubungan sosial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepribadian *Big Five*

Kepribadian merupakan pola perilaku, pikiran, dan emosi yang relatif stabil dalam diri individu yang memengaruhi cara individu berinteraksi dengan lingkungan. Salah satu pendekatan yang paling banyak digunakan dalam mengkaji kepribadian adalah *Big Five Personality*, yang terdiri dari lima dimensi utama, yaitu *openness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism*.

Teori *Big Five Personality* menurut Rahmatullah et al. (2025) merupakan pendekatan yang komprehensif dalam memahami kepribadian individu karena mampu menjelaskan keterkaitan antara karakter kepribadian dengan kondisi psikologis, seperti kesehatan mental. Hal ini juga diperkuat oleh Rahmatullah et al. (2025) yang menyatakan bahwa dimensi kepribadian *Big Five* berperan dalam memengaruhi berbagai bentuk perilaku individu, termasuk perilaku sosial seperti *bullying*.

Selain itu, kepribadian juga memiliki pengaruh luas dalam berbagai konteks kehidupan. Rahmatullah et al. (2025) menjelaskan bahwa struktur kepribadian *Big Five* dapat digunakan untuk memahami pola perilaku individu secara konsisten, sementara Rahmatullah et al. (2025) menunjukkan bahwa kepribadian berperan sebagai prediktor dalam munculnya perilaku tertentu pada individu. Hal ini menunjukkan bahwa

kepribadian merupakan faktor penting dalam menentukan bagaimana individu berpikir, merasa, dan bertindak.

2.2 Agreeableness dalam Big Five Personality

Agreeableness merupakan salah satu dimensi dalam *Big Five* yang menggambarkan kecenderungan individu untuk bersikap ramah, kooperatif, empatik, dan peduli terhadap orang lain. Individu dengan tingkat *agreeableness* tinggi cenderung mengutamakan keharmonisan hubungan sosial dan menghindari konflik.

Mawardi dan Sri Windari (2021) menyatakan bahwa individu dengan karakter kepribadian tertentu dalam *Big Five*, khususnya *agreeableness*, memiliki kecenderungan untuk menunjukkan perilaku prososial dan *organizational citizenship behavior* seperti membantu, bekerja sama, dan peduli terhadap orang lain. Hal ini juga didukung oleh Widiastuti (2021) yang menemukan bahwa *agreeableness* berpengaruh positif terhadap perilaku prososial pada remaja.

Selain itu, Fauzia dan Ihsan (2023) menjelaskan bahwa dimensi kepribadian, khususnya *agreeableness*, berperan dalam membentuk sikap sosial individu seperti empati dan kecenderungan untuk tidak menyakiti orang lain. Dengan demikian, individu dengan *agreeableness* tinggi cenderung lebih sensitif terhadap kebutuhan orang lain dan berusaha menjaga hubungan interpersonal yang harmonis.

2.3 Perilaku People pleaser

People pleaser merupakan perilaku individu yang cenderung berusaha menyenangkan orang lain secara berlebihan, sering kali dengan mengorbankan kebutuhan diri sendiri. Perilaku ini biasanya ditandai dengan kesulitan mengatakan “tidak”, rasa tidak enak, serta keinginan kuat untuk diterima oleh lingkungan sosial.

Perilaku ini berkaitan erat dengan karakter *agreeableness* yang tinggi. Individu dengan *agreeableness* tinggi umumnya menunjukkan sikap kooperatif, peduli, hangat, serta memiliki kecenderungan untuk memahami dan membantu orang lain sehingga lebih peka terhadap perasaan di sekitarnya (Aroma & Selian, 2026). Namun di sisi lain juga berisiko mengabaikan kebutuhan dirinya sendiri. Robiyanto (2021) menyatakan bahwa kepribadian memengaruhi reaksi emosi individu dalam situasi sosial, termasuk dalam merespons permintaan atau tekanan dari orang lain.

Selain itu, Wedhayanti (2024) menjelaskan bahwa dimensi kepribadian *Big Five* berhubungan dengan perilaku sosial individu, termasuk bagaimana individu merespons interaksi sosial secara positif maupun negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan *people pleasing* dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika kepribadian dalam interaksi sosial.

2.4 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku *People pleaser*

Perilaku *people pleaser* dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam diri individu maupun lingkungan. Salah satu faktor utama adalah kepribadian, khususnya dimensi *agreeableness* yang tinggi.

Widiastuti (2021) menyatakan bahwa individu dengan tingkat *agreeableness* tinggi cenderung memiliki dorongan kuat untuk membantu orang lain dan menjaga hubungan sosial. Selain itu, Mawardi dan Sri Windari (2021) menjelaskan bahwa kepribadian *Big Five* berperan dalam mendorong perilaku positif seperti kerja sama dan kontribusi sukarela dalam lingkungan sosial.

Faktor lain yang memengaruhi adalah kemampuan individu dalam mengelola diri dalam interaksi sosial. Kamulyan dan Sarajar (2025) menyebutkan bahwa individu dengan karakter *agreeableness* memiliki kecenderungan untuk lebih terbuka dan mudah menyesuaikan diri dalam hubungan sosial. Dalam konteks *people pleaser*, kecenderungan tersebut dapat membuat individu lebih sulit menolak permintaan orang lain karena ingin menjaga hubungan tetap baik. Selain itu, lingkungan sosial juga berperan dalam membentuk perilaku individu. Fauzia dan Ihsan (2023) menyatakan bahwa interaksi sosial dan pengalaman individu dapat memengaruhi sikap dan perilaku sosial, termasuk kecenderungan untuk menyenangkan orang lain.

2.5 Dampak Perilaku *People pleaser*

Perilaku *people pleaser* memiliki dampak yang bersifat positif dan negatif. Dampak positifnya adalah terciptanya hubungan sosial yang harmonis dan meningkatnya perilaku prososial. Hal ini didukung oleh Ayu dan Saraswati (2022) yang menunjukkan bahwa dimensi kepribadian *Big Five*, khususnya *agreeableness*, berkaitan dengan kecenderungan individu untuk lebih terbuka dan membangun hubungan interpersonal yang positif dengan orang lain.

Namun, di sisi lain, perilaku ini juga dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan individu. Robiyanto (2021) menjelaskan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap reaksi emosi, yang dapat menyebabkan tekanan psikologis jika individu tidak mampu mengelola tuntutan sosial dengan baik.

Selain itu, Aswin (2025) menunjukkan bahwa kepribadian memiliki peran dalam memengaruhi perilaku individu, termasuk dalam pengambilan keputusan dan respons terhadap situasi tertentu, sehingga individu yang kurang mampu mengelola dirinya berpotensi mengalami tekanan atau stres. Hal ini diperkuat oleh Huda dan Sulistyoningrum (2024) yang menyatakan bahwa kepribadian juga berpengaruh terhadap aspek kehidupan lain, termasuk kesejahteraan individu.

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori di atas, dapat disimpulkan bahwa kepribadian *agreeableness* yang tinggi mendorong individu untuk menunjukkan perilaku prososial seperti membantu dan menyenangkan orang lain. Namun, jika tidak diimbangi dengan kontrol diri dan batasan diri yang baik, perilaku tersebut dapat berkembang menjadi *people pleaser* yang berpotensi merugikan diri sendiri.

Kepribadian, kemampuan pengelolaan emosi, serta faktor lingkungan menjadi variabel penting yang memengaruhi munculnya perilaku tersebut. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara kepedulian terhadap orang lain dan pemenuhan kebutuhan diri sendiri agar individu dapat berfungsi secara optimal dalam kehidupan sosial.

3. METODE

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif individu terkait fenomena tertentu. Dalam proses pengumpulan data, penelitian kualitatif umumnya tidak menggunakan sampel acak, melainkan memilih partisipan secara purposif agar sesuai dengan tujuan penelitian dan mampu memberikan informasi yang mendalam. Hal ini sejalan dengan pendapat Khalefa dan Selian (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan sampel non-acak dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh data yang kaya dan relevan sesuai dengan konteks studi, khususnya dalam memahami fenomena secara lebih komprehensif. Dalam penelitian ini, pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali dan memahami pengalaman individu yang memiliki karakter *agreeableness* tinggi dalam menjalani perilaku *people pleaser* dalam kehidupan sehari-hari.

3.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki tingkat *agreeableness* tinggi dan menunjukkan kecenderungan perilaku *people pleaser*. Teknik pemilihan subjek menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria subjek penelitian meliputi:

- a. Individu yang memiliki tingkat *agreeableness* tinggi berdasarkan hasil pengukuran kepribadian.
- b. Memiliki kecenderungan perilaku *people pleaser* dalam kehidupan sosial.
- c. Bersedia menjadi partisipan penelitian dan memberikan informasi secara terbuka

terkait pengalaman yang dialami.

Jumlah partisipan dalam penelitian kualitatif ini terdapat 3 responden yang harus di wawancarai.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) sebagai metode utama untuk menggali pengalaman subjektif partisipan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya, namun tetap memberikan ruang bagi partisipan untuk menceritakan pengalaman mereka secara lebih luas. Pendekatan ini sejalan dengan paradigma penelitian dalam psikologi yang menekankan pentingnya memahami realitas subjektif individu melalui fleksibilitas metode dan kedalaman eksplorasi data, sehingga peneliti dapat menangkap makna pengalaman secara lebih komprehensif (Rizkiyani & Selian, 2025).

Selain wawancara, peneliti juga dapat menggunakan observasi dan dokumentasi sebagai data pendukung untuk memperkaya informasi yang diperoleh dari partisipan.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menafsirkan tema-tema yang muncul dari hasil wawancara partisipan. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- a. Transkripsi data wawancara dari rekaman menjadi bentuk teks.
- b. Membaca dan memahami data secara menyeluruh untuk memperoleh gambaran umum pengalaman partisipan.
- c. Melakukan pengkodean (*coding*) terhadap bagian-bagian data yang relevan dengan fokus penelitian.
- d. Mengelompokkan kode menjadi tema-tema utama yang menggambarkan pengalaman partisipan.
- e. Menarik kesimpulan dan interpretasi mengenai pengalaman menjadi *people pleaser* pada individu dengan karakter *greebleanness* tinggi.

3.5 Keabsahan Data

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dan member check. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber data, sedangkan member check dilakukan dengan meminta partisipan untuk meninjau kembali hasil wawancara atau interpretasi peneliti guna memastikan kesesuaian dengan pengalaman yang mereka sampaikan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga responden (Y, F, dan P), ditemukan beberapa tema utama terkait pengalaman menjadi *people pleaser* pada individu dengan karakter *agreeableness* tinggi, yaitu kecenderungan membantu orang lain, kesulitan menolak, faktor pendorong perilaku, dampak yang dirasakan, serta upaya pengelolaan diri.

4.1 Kecenderungan Membantu dan Menyenangkan Orang Lain

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki kecenderungan tinggi dalam membantu dan menyenangkan orang lain. Hal ini mencerminkan karakter *agreeableness* dalam *Big Five Personality* yang identik dengan sikap prososial, empati, serta keinginan menjaga hubungan *interpersonal* yang harmonis.

Responden Y menyatakan, “*Saya orang yang sangat suka membantu orang lain, sampai jika teman memberi saya upah terkadang saya menolaknya.*” Responden F juga mengungkapkan, “*Saya sangat mudah membantu, karena saya senang ketika membantu orang lain dengan catatan dia tidak memanfaatkan saya.*” Sementara responden P mengatakan, “*Saya biasanya sering membantu teman, apalagi kalau teman dekat, walaupun lagi sibuk tetap saya usahakan bantu.*”

Temuan ini sejalan dengan penelitian Tasyari (2023) yang menyatakan bahwa individu dengan kepribadian *Big Five*, khususnya dimensi *agreeableness*, cenderung menunjukkan perilaku prososial seperti membantu orang lain dan menjaga hubungan sosial yang positif. Selain itu, Kamil dan Hasnida (2024) menjelaskan bahwa dimensi kepribadian dalam *Big Five*, termasuk *agreeableness*, berkaitan dengan cara individu menilai diri dan berperilaku dalam lingkungan sosial, di mana individu dengan tingkat *agreeableness* yang tinggi cenderung menunjukkan sikap kooperatif, empatik, serta lebih mudah membangun hubungan *interpersonal* yang positif.

4.2 Kesulitan Mengatakan “Tidak”

Ketiga responden menunjukkan adanya kesulitan dalam menolak permintaan orang lain, yang menjadi salah satu ciri utama perilaku *people pleaser*. Hal ini berkaitan dengan keinginan untuk menghindari konflik dan menjaga perasaan orang lain.

Responden Y mengatakan, “*Terkadang saya susah untuk menolak, namun biasanya saya tetap membantu sebisa saya.*” Responden F menyatakan, “*Saya selalu berusaha mengiyakan semua permintaan orang, sangat sulit bagi saya untuk bilang tidak.*” Responden P juga mengungkapkan, “*Saya jarang nolak walaupun sebenarnya lagi capek, karena merasa tidak enak kalau menolak.*”

Fenomena ini didukung oleh Zalika dan Nisa (2024) yang menjelaskan bahwa

individu dengan kecenderungan *people pleaser* sering mengalami kesulitan dalam menetapkan batasan diri (*self-boundaries*), sehingga cenderung mengiyakan permintaan orang lain meskipun merugikan diri sendiri. Selain itu, Sumanti et al. (2025) menyatakan bahwa karakteristik kepribadian, dalam konteks *Big Five Personality Traits*, juga memengaruhi perilaku seseorang. Ini termasuk kecenderungan mereka dalam menghadapi tuntutan dan tanggung jawab. Hal ini dapat memengaruhi reaksi individu terhadap tekanan dan situasi sosial.

4.3 Faktor Pendorong Perilaku *People pleaser*

Faktor yang memengaruhi perilaku *people pleaser* pada responden meliputi keinginan membuat orang lain nyaman, rasa empati, serta ketakutan akan konflik dan penolakan sosial. Responden Y menyatakan, “*Saya takut akan mengecewakan orang lain dan sangat tidak ingin terjadi konflik dalam sebuah hubungan.*” Responden F mengatakan, “*Saya ingin dia nyaman dengan saya.*” Sedangkan responden P mengungkapkan, “*Karena saya merasa kasihan dan tidak enakan kalau nolak.*”

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fauzia dan Ihsan (2023) yang menyatakan bahwa kepribadian *Big Five*, khususnya *agreeableness*, berperan dalam membentuk sikap sosial individu seperti empati dan kecenderungan menghindari konflik. Selain itu, Fauzia dan Ihsan (2023) menjelaskan bahwa kepribadian *Big Five* berperan dalam membentuk sikap sosial individu, termasuk bagaimana individu memahami dan merespons orang lain, sehingga individu dengan kecenderungan *agreeableness* yang tinggi cenderung lebih empatik dan sensitif terhadap perasaan orang lain. Faktor lingkungan juga berpengaruh, seperti yang diungkapkan responden P terkait pola asuh keluarga. Hal ini didukung oleh Robiyanto (2021) yang menyatakan bahwa kepribadian memengaruhi reaksi emosi individu dalam situasi sosial, termasuk bagaimana individu merespons tuntutan dari lingkungan.

4.4 Dampak Perilaku *People pleaser*

Perilaku *people pleaser* memberikan dampak yang bersifat positif dan negatif bagi responden. Dampak positif terlihat pada hubungan sosial yang harmonis, sedangkan dampak negatif berupa kelelahan emosional dan tekanan psikologis.

Responden Y menyatakan, “*Saya bisa memiliki teman tanpa adanya konflik dan bisa mengerti teman.*” Responden F mengatakan, “*Dengan saya bantu orang sekitar mungkin sedikit membantu.*” Namun, responden P mengungkapkan, “*Kadang jadi capek sendiri dan overthinking, mikirin orang lain terus.*”

Selain itu, responden Y juga menyatakan, “*Terkadang saya stress atau burnout ketika saya memiliki agenda lain dan tiba-tiba teman meminta bantuan.*” dan responden

F menambahkan, “*Kalau saya melakukannya tidak secara rela, saya merasa terbebani.*”

Temuan ini sejalan dengan Marthasya et al. (2025) yang menjelaskan bahwa tekanan untuk memenuhi ekspektasi orang lain dapat berdampak pada kesehatan mental, seperti stres dan kelelahan emosional. Selain itu, Inaray et al. (2023) juga menunjukkan bahwa dimensi kepribadian tertentu dapat berkaitan dengan kecenderungan perilaku yang berdampak pada kondisi psikologis individu.

4.5 Upaya Mengelola dan Menyeimbangkan Diri

Responden mulai menunjukkan kesadaran untuk mengelola perilaku *people pleasing* dengan cara menyeimbangkan kebutuhan diri sendiri dan orang lain.

Responden Y menyatakan, “*Akhirnya saya bisa membagi kebutuhan diri sendiri dengan keinginan orang lain karena saya lelah atau sering burnout.*” Responden F mengatakan, “*Sekarang jika saya tidak nyaman, saya cut off orang itu.*” Sedangkan responden P mengungkapkan, “*Sekarang mulai belajar untuk pilih-pilih mana yang bisa saya bantu dan mana yang tidak.*”

Upaya ini sejalan dengan konsep self-boundaries yang dijelaskan oleh Zalika dan Nisa (2024) bahwa kemampuan menetapkan batasan diri sangat penting untuk mengurangi perilaku *people pleasing*. Robiyanto (2021) menjelaskan bahwa kepribadian *Big Five* berpengaruh terhadap reaksi emosi individu, di mana perbedaan karakter kepribadian akan menentukan bagaimana seseorang merespons situasi yang dihadapi, termasuk dalam interaksi sosial.

4.6 Makna dan Refleksi Diri

Ketiga responden memaknai perilaku *people pleasing* sebagai sesuatu yang positif, tetapi perlu dikontrol agar tidak berdampak negatif.

Responden Y menyatakan, “*Saya sangat senang menyenangkan orang lain karena lebih baik menjadi orang baik.*” Responden F mengungkapkan, “*Happy apabila saya melakukannya secara sukarela.*” Sementara responden P mengatakan, “*Itu bentuk kepedulian, tapi juga jadi pelajaran untuk tidak berlebihan.*”

Namun demikian, ketiganya juga menunjukkan keinginan untuk berubah. Responden Y dan F sama-sama menyatakan, “*Saya ingin berubah.*” Sedangkan responden P mengatakan, “*Saya ingin lebih berani bilang ‘tidak’ tanpa merasa bersalah.*”

Hal ini didukung oleh Priscilla dan Salim (2023) yang menyatakan bahwa kepribadian memengaruhi cara individu beradaptasi dalam lingkungan sosial, termasuk dalam mengelola perilaku interpersonal. Selain itu, Siahaan (2023) menjelaskan bahwa dimensi kepribadian *Big Five* berpengaruh terhadap perilaku kewarganegaraan individu,

yang mencerminkan kecenderungan untuk melakukan tindakan sukarela dalam lingkungan sosial, namun tetap memerlukan keseimbangan agar tidak berdampak negatif pada diri sendiri.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa individu dengan tingkat *agreeableness* tinggi memiliki kecenderungan kuat untuk menunjukkan perilaku *people pleaser*, yang ditandai dengan sikap empati, keinginan membantu, serta upaya menjaga hubungan sosial yang harmonis. Kecenderungan ini membuat individu lebih mudah memenuhi kebutuhan orang lain, namun di sisi lain mengalami kesulitan dalam mengatakan “tidak” karena adanya rasa tidak enak, takut mengecewakan, dan keinginan menghindari konflik. Perilaku *people pleaser* dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal seperti kepribadian, empati, dan kebutuhan akan penerimaan sosial, maupun faktor eksternal seperti lingkungan keluarga dan pergaulan. Dampak yang ditimbulkan bersifat ganda, yaitu positif dalam bentuk hubungan sosial yang baik dan minim konflik, serta negatif berupa kelelahan emosional, stres, dan kecenderungan burnout akibat mengabaikan kebutuhan diri sendiri. Meskipun demikian, individu mulai menunjukkan kesadaran untuk mengelola perilaku tersebut dengan lebih adaptif, seperti menetapkan batasan diri (*self-boundaries*), lebih selektif dalam membantu, serta berusaha menyeimbangkan antara kebutuhan pribadi dan tuntutan sosial. Oleh karena itu, kemampuan asertivitas dan pengelolaan diri menjadi hal penting agar individu tetap dapat menjalin hubungan sosial yang sehat tanpa mengorbankan kesejahteraan dirinya.

5 DAFTAR PUSTAKA

- Aroma, A., & Selian, S. N. (2026). *Konstruksi Makna Toleransi Pada Individu Dengan Tingkat Openness Berbeda*. 2(2), 69–83.
- Aswin, A. N. (2025). Pengaruh Tipe Kepribadian HEXACO terhadap Risk-taking Behavior pada remaja di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(1), 354–362. <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5641>
- Ayu, P., & Saraswati, A. (2022). *The Relationship Between the Big Five Personalities and Self-Disclosure in Early Adult Users of Instagram Social Media*. 03(01), 183–194.
- Fauzia, S. N., & Ihsan, H. (2023). Pengaruh Tipe Kepribadian Big Five terhadap Prasangka Sosial kepada Mahasiswa Papua pada Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Insight*, 7(2), 157–170. <https://doi.org/10.17509/insight.v7i2.64775>

- Huda, S., & Sulistyaningrum, E. (2024). Pengaruh Kepribadian terhadap Upah Pekerja di Indonesia: Analisis Big Five Personality Traits. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 12(3), 237–259. <https://doi.org/10.52813/jei.v12i3.364>
- Inaray, S. R., Musawwir, M., & Purwasetiawatik, T. F. (2023). Hubungan Antara Dimensi Kepribadian Big Five Dengan Kecenderungan Kecanduan Game Online pada Remaja di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 402–410. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.3123>
- Kamil, E., & Hasnida, H. (2024). Hubungan Kepribadian Big Five dengan Harga Diri pada Narapidana dengan Kasus Pedofilia. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(1), 150–158. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i1.8368>
- Kamulyan, A. D., & Sarajar, D. K. (2025). Hubungan Tipe Kepribadian Agreeableness dengan Self Disclosure di Dalam Media Sosial Pada Dewasa Awal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 6166–6172. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19732>
- Khalefa, E. Y., & Selian, N. (2021). Non-Random Sample Strategy in Qualitative Art-Related Studies. *International Journal of Creative and Arts Studies*, 8(1), 35–49.
- Marthasya, A., Nur, M., Abdullah, A., Retsa, M., Mujayapura, R., Sosiologi, P., Ilmu, F., Sosial, P., Indonesia, U. P., Pleasure, P., & Simbolik, I. (2025). *PERFEKSIONISME : PENYEBAB MENTAL GEN Z MENJADI PEOPLE PLEASURE. SABANA* 1(4), 130-138. 4(1), 130–138.
- Mawardi, M., & Sri Windari, R. (2021). Pengaruh Big Five Personality Dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior Karyawan Pada Pt. Indonesia Pratama Di Kecamatan Tabang. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(1), 129–147. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i1.884>
- Priscilla, Y. G., & Salim, C. F. (2023). Pengaruh Big Five Personality Traits Dan Work Environment Terhadap Employee Performance Pada Hotel Di Kota Batam. *Jesya*, 6(1), 989–1000. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1054>
- Rahmatullah, M. M., Savara, D., Salsabila, R. G., & Rahmasari, F. N. (2025). Big Five Personality Traits dan Kesehatan Mental Remaja di Era Media Sosial. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(4), 152–180.
- Ramadhan, S., & Selian, S. N. (2026). *Karakter Pribadi Mandiri Anak Kedua atau Anak Tengah*. 2(4), 1926–1934.
- Rizkiyani, F., & Selian, S. N. (2025). Paradigma Teoretis dalam Psikologi: Landasan Filsafati, Peluang, dan Limitasi dalam Penelitian dan Praktik Psikologi. *Jurnal*

- Filsafat Indonesia*, 8(1), 15–24. <https://doi.org/10.23887/jfi.v8i1.81304>
- Robiyanto, S. R. & O. I. (2021). PENGARUH KEPERIBADIAN (THE BIG FIVE PERSONALTY) TERHADAP REAKSI EMOSI PADA MAHASISWA SAAT KEGIATAN BELAJAR DARING. *Informatik-Spektrum*, 38(3), 49–58. <https://doi.org/10.1007/s00287-015-0904-y>
- Siahaan, H. E. (2023). Pengaruh Big-Five Personality Dan Environmental Justice Terhadap Citizenship Behavior Toward Environment Peserta Didik di SMAN Jakarta. *IJEEM - Indonesian Journal of Environmental Education and Management*, 7(2), 17–30. <https://doi.org/10.21009/ijeem.v7i2.33624>
- Sumanti, A. A. ., Mangantes, M. L., & Sengkey, S. B. (2025). Hubungan Big five Personality Traits dengan Prokrastinasi Akademik Pada Siswa SMA N 1 Kota Tomohon. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(2), 834–849. <https://doi.org/10.61579/future.v3i2.503>
- Tasyari, S. (2023). Pengaruh Kepribadian (Big-Five Personality) dan Ketekunan (Persistence) terhadap Interpersonal Citizenship Behavior Peserta Didik SMAN di Jakarta. *IJEEM - Indonesian Journal of Environmental Education and Management*, 7(2), 1–16. <https://doi.org/10.21009/ijeem.v7i2.33606>
- Wedhayanti, G. C. (2024). Hubungan Kepribadian Big Five Dengan Perilaku Bullying Pada Siswa Sma. *Daiwi Widya*, 10(2), 58–69. <https://doi.org/10.37637/dw.v10i3.1779>
- Widiastuti, I. M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Agreeableness, dan Usia Terhadap Perilaku Prososial Remaja. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 3(3), 151–157. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v3i3.7777>
- Zalika, F. R., & Nisa, A. T. (2024). The Relationship between Self Boundaries and People Pleaser Behavior in Islamic Guidance and Counseling Students at UIN Raden Mas Said Surakarta / Hubungan Self Boundaries Terhadap Perilaku People Pleaser Pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Islam di UI. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 12(2), 15–25. <https://doi.org/10.18592/alhiwar.v12i2.14355>