Prolite – Mere Exposure Effect: Mengapa Kita Lebih Terpikat pada Apa yang Sudah Dikenal?

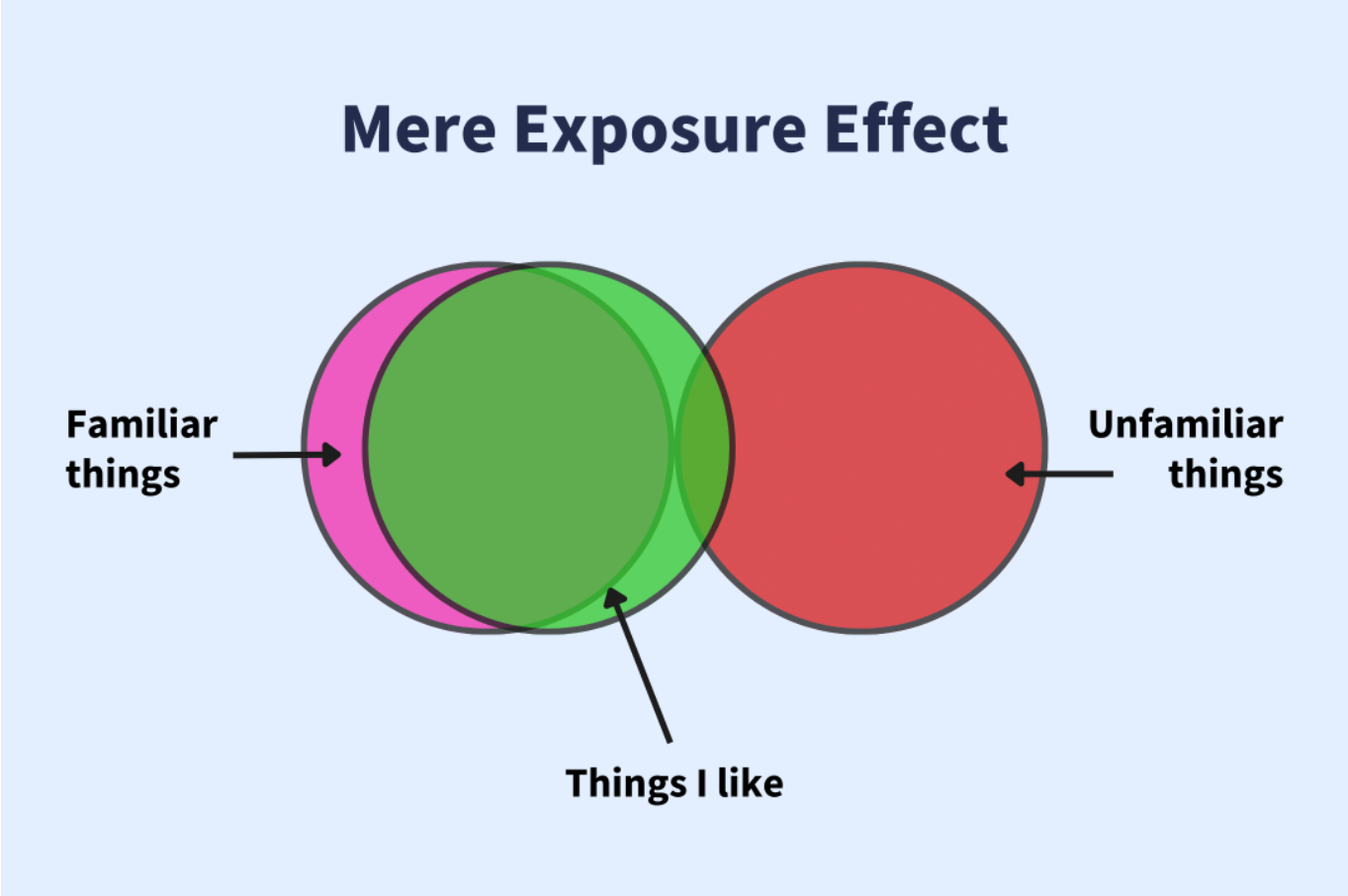
Pernah nggak sih kamu merasa lebih nyaman sama lagu lama yang udah sering diputar, atau malah balik lagi nonton film favorit meski udah hafal dialognya? Fenomena ini ternyata punya istilah psikologis yang keren, yaitu mere exposure effect.

Intinya, semakin sering kita melihat atau mengalami sesuatu, semakin besar kemungkinan kita akan menyukainya. Otak kita suka yang familiar karena bikin segalanya terasa lebih aman dan nggak ribet.

Nah, menariknya, efek ini nggak cuma berlaku buat hiburan, tapi juga berpengaruh besar dalam cara kita menjalani hidup sehari-hari.

Baca Juga:Primebiz Hotel Cikarang dan Tipsy Runner Hadirkan “Pace & Vibes”, Satukan Semangat Lari, Kesehatan, dan Kreativitas

Apa Itu Mere Exposure Effect?



Mere exposure effect pertama kali diperkenalkan oleh psikolog Robert Zajonc pada tahun 1968. Teorinya simpel: semakin sering kita terpapar sesuatu, semakin positif sikap kita terhadap hal itu. Kenapa bisa begitu? Karena otak kita bekerja lebih efisien ketika berhadapan dengan hal-hal yang sudah dikenal, sehingga mengurangi rasa cemas dan stres.

Mere Exposure Effect: Mengapa Kita Lebih Terpikat pada Apa yang Sudah Dikenal?

Baca Selanjutnya
Pawai Asia Afrika Tahun Ini Digelar Malam Hari