

The Role of Self Esteem On Narcissistic Behavior In Instagram User Student

Abstrak

Penelitian ini terkait mahasiswa pengguna instagram yang mengharapkan like dan komentar positif pada postingannya. Kebiasaan untuk memgharapkan like menunjukkan ada kecenderungan kepribadian narsistik. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsistik pada Mahasiswa pengguna Instagram. Metode yang dipergunakan adalah analisis regresi . Sample penelitian ini adalah 115 Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Data diperoleh melalui skala kecenderungan perilaku narsistik dan skala harga diri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam analisis Regresi menunjukkan efek harga diri dengan kecenderungan perilaku narsistik artinya pengaruh harga diri terhadap kecenderungan perilaku narsistik sebesar 40,2%, dengan nilai signifikansi $p = 0,021$, $p < 0,05$. Menunjukkan ada peran harga diri dengan kecenderungan perilaku narsistik pada mahasiswa.

Kata Kunci : *Harga Diri, Instagram, Kecenderungan Perilaku Narsistik*

Abstract

This research is related to students using Instagram who expect positive likes and comments on their posts. to expect such shows there is a tendency to narcissistic habits. This study was made to determine whether there is a behavioral relationship between self-esteem and narcissistic tendencies in Instagram users. The method used is regression analysis . The sample of this research is 115 students of Bhayangkara University, Greater Jakarta. Data obtained through the scale of narcissistic behavior tendencies and self-esteem scale. The results of this study indicate that the regression analysis shows the effect of self-esteem with narcissistic behavior tendencies, meaning that the effect of self-esteem on narcissistic behavior tendencies is 40.2%, with a significance value of $p = 0.021$, $p < 0.05$. The exhibition shows the role of self-esteem with the tendency of narcissistic behavior in students.

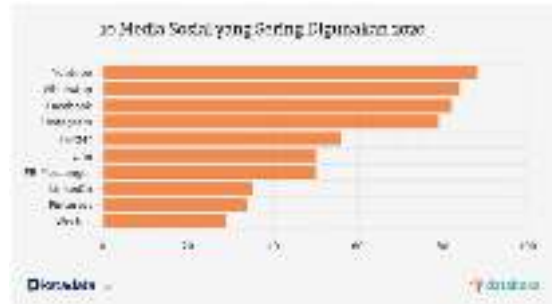
Keyword : *Self-Esteem, Instagram, Narcissistic Behavior Tendency*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan zaman, perkembangan teknologi juga ikut berkembang dengan cepatnya. Internet merupakan hal yang tak asing lagi bagi masyarakat modern dunia termasuk di Indonesia. Banyak aplikasi yang kini mulai memanjakan pengguna internet, sama halnya dengan media sosial. Media sosial merupakan salah satu media online dimana para penggunanya dapat mencari berbagai informasi, berkomunikasi, bahkan menjalin pertemanan. Semua fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya seperti *Tumblr, Facebook, Twiter, LINE, Whatsapp, Ask.fm, Path*, dan juga *Instagram*. Instagram merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh sebagian besar individu di dunia termasuk Indonesia yang tujuan utamanya adalah untuk hiburan. Saat ini Instagram menjadi sebuah aplikasi yang paling banyak peminatnya, sehingga dapat dipastikan banyak individu yang sering menggunakan aplikasi ini dimanapun dan kapanpun.

Banyak dari kalangan muda mudi dan tak terkecuali mereka yang sudah dewasa juga menggunakan aplikasi Instagram. Suryanto (2010) menyebutkan bahwa salah satu pengguna Internet adalah Mahasiswa. Kebanyakan mereka yang menggunakan aplikasi Instagram ini untuk menghibur dirinya dengan melihat *explore* Instagram yang memuat banyak

video yang menarik dan menginspirasi



ataupun mengupload foto serta video dalam kiriman Instagramnya. Aplikasi ini memuat banyak fitur yang menarik seperti *boomerang, instastory, share location* dan sebagainya. Instagram

terutama paling sering digunakan untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke media sosial lainnya, termasuk di

Instagram sendiri. Aplikasi Instagram juga memberikan fitur filter digital agar foto menjadi terlihat lebih menarik, menggunakan fitur *share location* untuk memberikan informasi pada *followers* dimana lokasi foto tersebut diambil dan memungkinkan pada penggunanya untuk mengupload video dengan durasi 60 detik dapat dilihat oleh para *followers*. Jika foto atau video yang menarik menurut pengguna Instagram yang menjadi *followers*, maka pengguna Instagram lainnya dapat memberikan

komentar dan memberi tanda suka (*like*) pada foto atau video tersebut, dan akan muncul pada fitur pencarian pengguna lain sehingga foto atau video tersebut akan semakin tersebar luas dan *followers* bisa menjadi bertambah.

Menurut data yang didapatkan dari Katadata.co.id penggunaan media sosial Instagram mengalami hingga 40% selama pandemi Covid-19. Sebab, banyak yang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi di tengah karantina wilayah atau *lockdown*. “Tampilan Instagram dan Facebook live juga berlipat ganda dalam waktu sepekan”. Kantar melaksanakan survei terhadap lebih dari 25 ribu konsumen di 30 pasar pengguna WhatsApp dan Instagram. Survei dilakukan dari 14 hingga 24 maret 2020. Laporan lain dari platform pemasaran Klear menunjukkan bahwa postingan pengguna di Instagram Story per harinya meningkat 15% dalam seminggu. Jumlah pengguna yang melihat story pengguna lainnya pun meningkat 21% (Burhan, 2020). Laporan yang dimuat dalam data tersebut terlihat bahwa aplikasi Instagram juga memiliki peningkatan yang lumayan signifikan, ditambah lagi dengan fitur yang sering mengalami peningkatan kualitasnya sehingga membuat para penggunanya betah berlama-lama dalam menggunakan aplikasi Instagram.

Instagram menjadi pilihan untuk *upload* juga menyimpan foto, dan bisa dijadikan sebagai mini album. Perilaku para pengguna Instagram tanpa disadari mulai berubah seperti seseorang yang biasanya tidak pernah berdandan ketika keluar rumah, lalu ia berdandan pergi ke suatu tempat yang sering muncul di Instagram dan meniru setiap pose foto yang sering dilakukan oleh selebgram, itu semua dilakukan agar pengguna tersebut terlihat keren atau istilahnya *hits*. Sadar atau tidak, pengguna Instagram jika sedang berkumpul bersama teman-temannya bukan banyak membahas suatu topik, tetapi lebih banyak untuk berfoto-foto lalu mengeditnya menggunakan filter yang tersedia di Instagram yang kemudian mengunggahnya di media sosial Instagram dengan harapan banyak yang memberikan *like* dan juga komentar berupa pujian pada foto atau video yang *upload* itu, bahkan ada juga yang merasa bahwa dengan banyaknya *like* dan komentar positif pada postingannya itu menandakan bahwa banyak individu yang menyukainya walaupun sebenarnya tidak demikian, yang mana ini merupakan salah satu bentuk kecenderungan perilaku narsistik.

Terdapat informasi dari berita “efek yang dirasakan oleh seseorang ketika mendapatkan *like* di Instagram, akan menghasilkan hormon *dopamine*, yakni hormon yang bisa memicu perasaan senang.

Hormon ini sebetulnya juga tercipta saat orang meminum alcohol, merokok atau bahkan menggunakan obat-obatan terlarang,” kata Alter sebagaimana dikutip dari Liputan6.com. Jika si pengguna Instagram jarang mendapatkan *likes* pada postingan yang diunggah akan berdampak sebaliknya. Ia akan kurang percaya diri dan akan menanti *likes* dari *followers*nya. Menariknya adalah kebiasaan seseorang suka menampilkan sisi terbaik di media sosial, mereka akan rela foto berkali-kali sebelum mengunggahnya. Ironisnya, hal tersebut hanya menjadi pembandingan kesempurnaan media sosial seseorang. Karna itulah hal ini dapat membawa dampak psikologis yang mendalam bagi kita. Jeko (2017).

memperhatikan keestetikannya” (YN, 20 tahun Mahasiswi Fakultas Ilmu Komputer).

Sadikides (Jazilah, 2017) juga memberikan hasil risetnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ciri-ciri narsistik yaitu harga diri (*self esteem*) bahwa harga dirinya tidak stabil dan terlalu tergantung pada interaksi sosialnya memiliki harga diri yang rapuh, sehingga sangat rentan terhadap kritik. Myers (2012) menjelaskan bahwa harga diri merupakan evaluasi diri individu secara keseluruhan. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri dan diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya. Penilaian tersebut terlihat dari penghargaan mereka terhadap keberadaan

dan keberartian diri. Individu yang mempunyai harga diri positif akan menghargai dan menerima diri apa adanya. Individu dengan harga diri yang rendah akan cenderung sensitif terhadap lingkungan yang dirasanya tidak sesuai dengan kondisi dirinya.

Coopersmith (1967) membagi tingkat harga diri individu menjadi dua golongan yaitu individu dengan harga diri tinggi dan individu dengan harga diri yang rendah. Individu dengan harga diri tinggi yaitu individu yang aktif dan dapat mengekspresikan diri dengan baik, berhasil dalam bidang akademik dan menjalin hubungan sosial, dapat menerima kritik dengan baik, percaya pada persepsi dan reaksinya sendiri, tidak terpaku pada dirinya sendiri atau hanya memikirkan kesulitannya sendiri, memiliki keyakinan diri dan tidak didasarkan atas fantasi karena ia memang mempunyai kemampuan, kecakapan, dan kualitas diri yang tinggi, tidak terpengaruh oleh penilaian individu lain tentang kepribadiannya, lebih mudah menyesuaikan diri dengan suasana yang menyenangkan sehingga tingkat kecemasannya rendah dan memiliki ketahanan diri yang seimbang. Selanjutnya individu dengan harga diri rendah menurut Coopersmith ialah individu yang memiliki perasaan inferior, takut gagal dalam membina hubungan sosial, terlihat sebagai individu yang putus asa dan depresi, merasa dasingkan dan tidak diperhatikan, kurang dapat mengekspresikan diri, sangat

tergantung pada lingkungan, tidak konsisten, secara pasif mengikuti lingkungan, menggunakan banyak taktik mempertahankan diri, dan juga mudah mengakui kesalahan.

Setelah dilakukannya penelitian tentang kecenderungan perilaku narsistik, sehingga muncullah beberapa teori yang menjelaskan tentang kecenderungan perilaku narsistik., Durand & Barlow (2007 Kristanto 2012) menyatakan bahwa individu dengan kecenderungan perilaku narsis memanfaatkan individu lain untuk kepentingan diri sendiri dan hanya menunjukkan sedikit empati kepada individu lain.

Menurut Kristanto (2012) kecenderungan perilaku narsistik adalah derajat kecintaan dan pengaguman atas dirinya. Sedangkan menurut Panek et al (2013) bahwa individu dengan kecenderungan narsisme dapat mengelola dan mempromosikan diri secara *online* setiap harinya dengan mengunggah foto, mempernaharui sttus untuk mendapatkan tanda suka (*love*), komentar atau menapatkan *follower*.

Aspek kecenderungan perilaku narsistik menurut Kristanto (2012) bahwa perilaku narsistik melibatkan beberapa aspek yaitu :

a. Aspek terobsesi penampilan fisik, kategori ini menunjukkan individu mampu menunjukkan keadaan dirinya dengan penampilan yang mencolok dan mampu

menempatkan dirinya dengan penampilan yang terlihat ekspresif.

b. Aspek selalu ingin jadi pusat perhatian, individu yang merasa selalu ingin menjadi pusat perhatian ataupun menjadi sosok yang diidolakan bagi teman-temannya, mereka cenderung mampu menerima keadaannya sendiri dan berusaha menonjolkan dirinya dihadapan banyak orang.

c. Aspek senang difoto atau dilukis bahkan pada setiap kesempatan memfoto diri dengan kamera *handphone* individu mengikuti keinginan pribadinya untuk memotret dirinya sendiri dengan pose atau gaya yang terlihat lucu dan imut pada setiap kesempatan, baik dengan *background* pemandangan atau tempat lainnya yang terlihat menarik baginya.

d. Aspek pandangan yang dibesar-besarkan mengenai pentingnya diri sendiri. Individu yang memiliki kecenderungan perilaku narsistik adalah individu yang senang membanggakan diri sendiri secara berlebihan dan senang membicarakan kehebatannya dan ingin dipuji oleh orang lain.

e. Aspek terfokus pada keberhasilan, kecerdasan dan kecantikan diri, individu merasa bahwa orang lain juga perlu mengetahui kesuksesannya dan sering menceritakan keberhasilannya pada orang lain.

f. Aspek kebutuhan ekstrim untuk dipuja dan dikagumi, dalam penelitian ini kemungkinan subjek penelitian masih dalam proses

pencarian jati diri, sehingga individu menganggap pujian sebagai hal yang pantas untuk dirinya ketika berhasil melakukan sesuatu.

g. Aspek iri pada orang lain, individu merasa bahwa dirinya belum cukup dan merasa bahwa apa yang dimilikinya belum cukup dan masih mengharapkan sesuatu yang berlebihan atas apa yang dimiliki oleh orang lain.

h. Aspek memanfaatkan orang lain, individu berusaha memanfaatkan orang lain sebagai penunjang dirinya, ia melakukan hal itu untuk kepentingan dirinya sendiri dengan menunjukkan hanya sedikit empati terhadap orang lain.

Moon et al (2016) menjelaskan bahwa individu yang lebih tinggi dalam narsisme cenderung memposting foto diri, memperbaharui citra profil mereka lebih sering, dan menghabiskan lebih banyak waktu di Instagram dibandingkan dengan rekan mereka.

Setelah dilakukan penelitian-penelitian tentang harga diri, maka muncullah definisi harga diri yang salah satunya menurut Santrock (2013) menyebutkan bahwa harga diri juga disebut sebagai gambaran diri, yang merupakan hasil evaluasi secara menyeluruh terhadap diri.

Menurut Coopersmith (1967) menjelaskan bahwa harga diri merupakan evaluasi individu dan bagaimana individu memandang dirinya sendiri, dan mengarah

pada penerimaan atau penolakan, serta keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya, dan kesuksesan yang telah diraihinya

Baron & Bryrne (2012) juga berpendapat bahwa harga diri adalah evaluasi diri yang dibuat oleh setiap individu, sikap orang lain terhadap dirinya sendiri dalam rentang dimensi positif sampai negatif. Baron Byrne menegaskan bahwa harga diri merujuk pada sikap seseorang terhadap dirinya sendiri, mulai dari sangat negatif sampai sangat positif, individu yang ditampilkan nampak memiliki sikap negatif terhadap dirinya sendiri. Harga diri yang tinggi berarti seorang individu menyukai dirinya sendiri, evaluasi positif ini sebagian berdasarkan opini orang lain dan sebagian berdasarkan dari pengalaman spesifik. Sikap terhadap diri sendiri dimulai dengan interaksi paling awal antara bayi dengan ibunya atau pengasuhan lain, perbedaan budaya juga mempengaruhi apa yang penting bagi harga diri seseorang. Self esteem adalah suatu penilaian atau evaluasi terhadap diri sendiri, baik secara negatif maupun positif yang dapat mempengaruhi tingkah laku sosial individu (Sarwono & Meinarno, 2018).

Coopersmith (1967) mengemukakan empat aspek dalam harga diri, yaitu:

1. *Power* (kekuasaan), yaitu kemampuan untuk memengaruhi dan mengontrol orang lain beserta dirinya sendiri. Pada situasi tertentu ini ditunjukkan dengan

penghargaan dan penghormatan dari orang lain. Aspek ini dapat berupa pengaruh dan wibawa pada seorang individu. Ciri-ciri individu yang mempunyai aspek ini biasanya menunjukkan sikap asertif.

2. *Significant* (keberartian), yang merupakan keberartian individu dalam lingkungan. Individu akan merasa berarti jika ada penghargaan, penerimaan, perhatian, dan kasih sayang dari orang-orang terdekat seperti keluarga, sahabat, atau masyarakat. Dengan adanya lingkungan yang mendukung, menerima dan menghargai akan membuat individu semakin berarti yang akhirnya membentuk harga diri yang positif. Sebaiknya, jika lingkungan tidak atau jarang memberikan stimulus positif yang berupa penerimaan, penghargaan atau dukungan kepada seorang individu, maka ia akan merasa ditolak dan kemudian mengucilkan diri.

3. *Virtue* (kebajikan), yaitu ketaatan pada nilai moral, etika, dan aturan-aturan yang ada dalam masyarakat. Seseorang yang taat pada aturan-aturan dan ketentuan yang ada dalam masyarakat akan mempunyai perasaan berharga dan bangga pada diri sendiri. Hal ini disebabkan bahwa dengan menunjukkan perilaku yang diharapkan dan diinginkan oleh masyarakat, maka orang lain akan menghargai dan menghormati individu yang bersangkutan sebagai orang yang berkelakuan baik dan bisa dijadikan teladan. Hal ini akan mendorong

terbentuknya harga diri yang positif, demikian juga sebaliknya. Aspek ini ditunjukkan dengan bagaimana individu melihat persoalan benar atau salah berdasarkan moral, norma dan etika yang berlaku dalam lingkungan interaksinya.

4. *Competence* (kemampuan), yaitu kemampuan untuk mencapai apa yang dicita-citakan atau diharapkan. Hal ini berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki individu, dengan adanya kemampuan yang cukup individu merasa yakin untuk mencapai apa yang dicita-citakan dan mampu mengatasi setiap masalah yang dihadapinya. Aspek ini didukung oleh pengalaman tentang kesuksesan yang pernah diraih seorang yang membuat individu yakin dan mampu menghadapi tiap masalah, sedangkan pengalaman masa lalu yang penuh dengan kegagalan akan membuat individu bermasalah dengan harga dirinya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa harga diri itu terdiri dari beberapa aspek yaitu, adanya kekuatan, keberartian, kebajikan dan kemampuan.

McCain et al (2016) menunjukkan bahwa semakin sering orang-orang melakukan selfie dan mempublikasikan ke Instagram, maka semakin rentan terkena perilaku narsisme. Raskin & Terry (1988) mendefinisikan narsistik sebagai kekaguman pada diri sendiri yang ditandai dengan kecenderungan menilai dirinya secara berlebihan, suka menjadi pusat perhatian, kurang suka dikritik dengan dirinya,

memiliki hubungan dengan individu lain yang mengutamakan dirinya sendiri, eksploitatif dan kurang memiliki empati. Menurut Kristanto (2012) kecenderungan perilaku narsistik adalah derajat kecintaan dan pengaguman atas dirinya.

Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas tampak bahwa harga diri menunjukkan hubungan yang positif antara harga diri terhadap kecenderungan perilaku narsistik pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Berdasarkan fenomena dan hasil wawancara yang telah dipaparkan di atas terlihat bahwa harga diri dan kecenderungan perilaku narsistik Mahasiswa menjadi hal yang perlu untuk diteliti. Oleh karena itu peneliti memilih judul “*Peran Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsistik pada Mahasiswa Pengguna Instagram*”.

METODE

Responden Penelitian

Sampel pada penelitian ini berjumlah 115 6 orang, dengan ketentuan sebagai berikut:

Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan karakteristik sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Berusia 18-40 tahun
3. Pengguna Instagram

Teknik pengambilan sampel disebut juga teknik sampling, teknik sampling yang

digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan jenis *Convenience Sampling*. Non probability dipilih sebagai teknik pengambilan sampel karena tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016).

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif regresi, yaitu melihat efek prediksi variabel dependen terhadap variabel independen.

Instrumen Penelitian

Penyusunan skala kecenderungan perilaku narsistik disusun berdasarkan aspek kecenderungan perilaku narsistik. Adapun aspek-aspek tersebut yaitu : Aspek terobsesi penampilan fisik, Aspek selalu ingin jadi pusat perhatian, Aspek senang difoto atau dilukis bahkan pada setiap kesempatan memfoto diri dengan kamera *handphone*, Aspek pandangan yang dibesar-besarkan mengenai pentingnya diri sendiri, Aspek terfokus pada keberhasilan, kecerdasan dan kecantikan diri, Aspek kebutuhan ekstrim untuk dipuja dan dikagumi, Aspek iri pada orang lain, Aspek memanfaatkan orang lain.

Penyusunan skala harga diri disusun berdasarkan indikator dalam aspek-aspek harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith (1967). Adapun aspek-aspek harga diri yaitu : *Power* (kekuasaan), *Significant* (keberartian), *Virtue* (kebajikan), *Competence* (kemampuan). Penskalaan model likert dikenal memiliki 5 (lima) alternatif jawaban atas pernyataan yang ada yakni: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Namun pada penelitian ini, peneliti menggunakan 4 (empat) alternatif jawaban dan menghilangkan jawaban Netral (N).

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian, yaitu peneliti melakukan pre-eliminari terlebih dahulu terkait judgment secara teoritis untuk menemukan fenomena di lapangan, ketika dalam proses pembuatan proposal. Kemudian dalam pengambilan data peneliti melakukan uji coba skala baru kemudian pengambilan data untuk uji hipotesis dilakukan.

Analisis Data

Analisis data menggunakan uji regresi dengan menggunakan Software SPSS (Statistical Package Sosial Science).

Hasil

Uji Regresi Linear sederhana dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas atau independent variable terhadap variable terikat atau

dependent variable, hal ini dimaksudkan untuk melihat seberapa besar sumbangan variabel Harga Diri terhadap variable kecenderungan perilaku narsistik. Nilai *Unstandardized Coefficient* digunakan untuk melihat nilai konsistensi variable kecenderungan perilaku narsistik. Angka Koefisien Regresi digunakan untuk melihat penambahan variabel terikat pada setiap 1% peningkatan variabel bebas. Dilihat pada nilai signifikansi $p < 0,05$. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat pada nilai R Square.

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan peneliti, dilihat pada angka konstan dari *unstandardized coefficients* didapati hasil 13.982 artinya ketika harga diri baik-baik saja maka nilai kecenderungan perilaku narsistik sebesar 13.982. Dilihat pada angka koefisien regresi, nilainya sebesar 1.150 artinya setiap penambahan 1% harga diri maka kecenderungan perilaku narsistik Mahasiswa meningkat sebesar 115%. Karena nilai regresi bernilai plus maka dapat disimpulkan bahwa harga diri memiliki pengaruh positif terhadap kecenderungan perilaku narsistik. Untuk melihat apakah koefisien regresi signifikan atau tidak dilihat pada nilai signifikansi (Sig.) dengan $p \geq 0,05$, pada penelitian ini didapati hasil nilai $p \geq 0,05$ yaitu 0,021 yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Besarnya pengaruh harga diri terhadap kecenderungan perilaku narsistik dalam analisis regresi linear sederhana dapat dilihat

Variable	Unstandar dized coefficien t	Koefi sien regres i	Si g.	R Squ are
Kecender ungan perilaku narsistik Harga diri	13.982	1.150	.021	.402

pada nilai R Square pada bagian *Model Summary*. Output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,402 artinya pengaruh harga diri terhadap kecenderungan perilaku narsistik sebesar 40,2%, sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Simpulan

Peneliti melakukan uji regresi linear sederhana untuk melihat seberapa besar sumbangan pengaruh dan arah hubungan harga diri terhadap kecenderungan perilaku narsistik Mahasiswa pengguna Instagram, berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana jika dilihat pada angka konstan dari *unstandardized coefficients* didapati hasil 13,982 artinya ketika harga diri baik-baik saja maka nilai kecenderungan perilaku narsistik sebesar 13,982. Angka koefisien regresi nilainya sebesar 1,150 artinya setiap penambahan 1% harga diri maka kecenderungan perilaku narsistik pada Mahasiswa meningkat sebesar 115%. Karena nilai regresi bernilai plus maka dapat disimpulkan bahwa harga diri memiliki pengaruh positif terhadap kecenderungan perilaku narsistik. Guna melihat apakah koefisien regresi signifikan atau tidak, dilihat pada nilai signifikansi dengan $p < 0,05$ pada penelitian ini didapati hasil nilai $p < 0,05$ yaitu 0,021 yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Penelitian ini membagi ke dalam 3 kategorisasi berdasarkan rumus yang dikemukakan Azwar (2017), yaitu kategorisasi berdasarkan signifikansi perbedaan, hal itu dikarenakan pada penelitian ini memiliki data yang tidak berdistribusi normal, pada kecenderungan perilaku narsistik dengan kategori tinggi sebanyak 30 responden dengan persentase 26,1%, sebanyak 27 responden dengan kategori sedang dengan persentase 11,7%, dan kategori rendah sebanyak 58 responden dengan persentase 50,4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan perilaku narsistik yang rendah sehingga membuatnya tidak terlalu tertarik untuk mengekspos hal tentang dirinya di media sosial khususnya Instagram. Mereka juga tidak terlalu terobsesi terhadap fisiknya, menghindari menjadi pusat perhatian saat dikeramaian. Kemudian mereka juga mensyukuri segala hal yang mereka miliki tanpa merasa iri dengan apa yang dimiliki oleh orang lain, sehingga mereka dapat melakukan segala sesuatu secara mandiri tanpa memanfaatkan orang lain demi mendapat keuntungan untuk dirinya pribadi.

Harga diri dengan kategori tinggi sebanyak 30 responden dengan persentase 26,1%, sebanyak 16 responden dengan kategori sedang dengan persentase 13,9%, dan kategori rendah sebanyak 69 responden dengan persentase 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden kurang

mampu menerima diri dengan apa adanya serta kurang percaya diri dengan apa yang ada pada dirinya mulai dari fisik, skill bahkan inteligensi. Mereka merasa kurang mampu, tidak berarti dan juga kurang dapat menunjukkan kemampuannya dimuka umum. Mereka kurang mendapatkan dukungan ataupun support berupa penerimaan, penghargaan, atau dukungan dari lingkungan maupun keluarganya sehingga mereka merasa kurang berarti dan juga merasa ditolak dan akhirnya mereka menutup diri.

Diskusi

Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kecenderungan perilaku narsistik dengan harga diri pada Mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, hipotesis ini dinyatakan diterima dengan nilai koefisien korelasi positif menunjukkan hubungan lurus yaitu kenaikan suatu variable akan menyebabkan kenaikan variable lain. Artinya mendukung teori yang dikemukakan oleh Yonatan Wibowo bahwa harga diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku narsistik (Wibowo, 2018).

Penelitian ini juga memiliki kekurangan yang disebabkan oleh, sebagai berikut: 1) Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarkan melalui *Google Form* dikarenakan seluruh

Mahasiswa sedang melaksanakan kuliah daring atau *online* yang diakibatkan adanya pandemic Covid-19 sehingga peneliti tidak dapat menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden dan tak dapat mendampingi dan mengontrol secara penuh selama proses pengisian kuesioner sehingga terdapat responden yang tidak focus dalam memberikan jawaban, mengisi asal-asalan atau tidak sesuai dengan keadaan dirinya, 2) Studi pendahuluan dilakukan dengan cara wawancara by *Google Meet* kepada Mahasiswa pengguna Instagram, sehingga hasilnya kurang memiliki gambaran sepenuhnya terhadap fenomena di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, 3) Kriteria yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini kurang mengerucut, bisa saja yang menjadi responden adalah pengguna Instagram namun bukan pengguna aktif. Karna tidak semua subjek yang merespon itu sering membuka dan mengupload di Instagram.

Hasil kategorisasi di atas menyatakan bahwa kecenderungan perilaku narsistik dan harga diri pada Mahasiswa pengguna Instagram berada dalam kategori rendah dikarenakan adanya beberapa faktor yaitu penghinaan terhadap diri karena mereka selalu membandingkan dirinya dengan orang lain sehingga mereka selalu merasa tidak puas terhadap dirinya, mereka cenderung menyendiri. Kurangnya dukungan dari keluarga dan teman sehingga mereka merasa kecewa.

DAFTAR PUSTAKA

Ardani, T., (2011). Psikologi abnormal. Bandung; CV. Lubuk Agung.

Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi* (2nd ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar. (2017). Metode penelitian psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Baron & Byrne. (2012). Psikologi Sosial. Jakarta: Erlangga.

Burhan. (2020). Penggunaan WhatsApp dan Instagram Melonjak 40% Selama Pandemi Corona. Katadata.co.id. diakses dari : <https://katadata.co.id/febrinaiskana/digital/5e9a41f84eb85/penggunaan-whatsapp-dan-Instagram-melonjak-40-selama-pandemi-corona>

Coopersmith. (1967). The Antecedent of Self esteem . San Francisco: W.H Freeman and Company.

Etikan, Musa, & Alkassim. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. American Journal of Theoretical and Applied Statistics 5 (January 2016): 1–5. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>.

Hertanto, E (2017). Perbedaan skala likert lima skala dengan modifikasi skala likert empat skala. In *Metodologi Penelitian*, 2. (Issue September, pp. 2-3).

<https://www.academia.edu>

Hurlock, E. B. (1980). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta : Gramedia.

Hurlock, E. (1996). Psikologi perkembangan. Alih bahasa: dr. Med. Metasari T. & Dra. Muslichah Z. Jakarta: Erlangga

Jazilah, N. (2017). Hubungan kesepian dengan ciri-ciri narsistik pada pelaku selfie di media sosial. *Naskah Publikasi*, 1–13. http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/98/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf

Jeko, L., (2017, 21 Maret). Sering dapat 'Likes' di Instagram? Ini Dampak Psikologisnya. Dilansir dari: <https://m.liputan6.com/teknoread/2903952/sering-dapat-likes-di-Instagram-ini-dampak-psikologisnya>

Kristanto, S. (2012). Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna Facebook. *Journal of Social and Industrial Psychology* 1(1).

McCain, J. L., Zachary G. B., Ariel H. R., Kristina M. C., Paul W., & Keith C. (2016). Personality and selfies: Narcissism and the Dark Triad. *Computers in Human and Behavior*, 64, 126-133

Moon, J. H., Eunji L., Jung L., Tae R. C., & Yongjun S. (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Personality and Individual Differences*, 101, 22-25.

Mo. (2014). Examining the mediating roles of microblog use in the relationship between narcissis, social anxiety, and social capital. *International Journal of Cyber Behavior Psychology and Learning*. 4(2), 58-75. doi: 10.4018/ijcbpl.2014040105.

Myers. G. D., (2012). Psikologi Sosial (10). Jakarta: Salemba Humanika

Najib, M. A., Sugiarto, A., & Erawati, E. (2018). Swafoto Narsistik dan Harga Diri Remaja. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 2(2), 103. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v2i22017.103-110>

Panek, E.T., Nardis., Y, & Konrath, S. (2013). Mirror or mgaphone? how relationships between narcissism and social networking site use differ on facebook and twitter. *Computers in Human Behavior*. 29. doi. 10.1016/j.chb.2013.04.012.

Periantalo, J. (2016). Penelitian kuantitatif untuk psikologi (1st ed.). Pustaka Pelajar.

Periantalo, J. (2017). Penelitian kuantitatif untuk psikologi. Pustaka Pelajar.

Periantalo. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi. Pustaka Pelajar.

Priyatno. (2012). Cara Kilat Belajar Analisi Data Dengan SPSS 20.

Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-component analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of personality and Social Psychology*. 54(5), 890-902. Diambil dari <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/3379585>.

Rosenberg, M. (1965). Society and the Adolescent Self-Image. Princeton: Princeton University Press.

- Sakti. (2015). Hubungan antara Kecendrungan Narsistik dengan Adiksi Jejaring Sosial pada Mahasiswa Pengguna Path. Universitas Negeri Makasar. Universitas Negeri Makasar: Makasar
- Santrock J W. (2013). *Adolescence (perkembangan remaja)*. Erlangga. Jakarta
- Sarwono, S. W & Meinarno, E. A. (2018). *Psikologi Sosial Edisi 2 (2nd ed)*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Siyoto & Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryanto. (2010, 10 April 26). *Mahasiswa AS kecanduan internet*. Diunduh pada 13 Oktober 2017. dari : <http://www.antaraneews.com/berita/184267/Mahasiswa-as-kecanduan-internet>
- Wibowo, Y. (2018). *Hubungan Self-Esteem Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Narsisme Di Kalangan Siswa Kelas Viii Smpk_Penabur Bintaro Jaya*. Universitas Persada Indonesia Y.A.I: Jakarta
- Widhiarso. (2011). *Mengaplikasikan Uji-t untuk Membandingkan Gain Score antar Kelompok dalam Eksperimen*. Yogyakarta: FP UGM
- Winarso, B. (2015, 17 September). *Apa itu Instagram, Fitur dan cara Menggunakannya*. Tulisan pada : <https://dailysocial.id/post/apa-itu-Instagram>

