

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin maju, khususnya Indonesia saat ini internet menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh kalangan masyarakat. Hal tersebut untuk memenuhi informasi dan dapat berbagi manfaat salah satunya yaitu internet. Internet (*Interconnected Network*) adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan ke computer dan jaringan-jaringan komputer diseluruh dunia (Wardayanti, 2019). Internet sekarang juga sudah menjadi gaya hidup baru dan kebutuhan seseorang di seluruh dunia termasuk Indonesia. Perkembangan alat-alat komunikasi membuat pemenuhan akan kebutuhan internet menjadi semakin mudah (Rini, Abdullah, & Rinaldi, 2020).

Terdapat berbagai jenis situs internet yang diakses oleh pengguna internet di Indonesia, salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah media untuk terkoneksi atau berkomunikasi dengan banyak orang tanpa terhalang waktu dan tempat (Rahmadina, Afriyeni, & Sarry, 2018). Pada saat ini berbagai jenis media sosial sudah semakin bertambah jumlahnya, di Indonesia sendiri telah banyak media sosial yang kemudian menjadi populer dan banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia antara lain *YouTube, Facebook, WhatsApp, Line, Telegram*, serta *Instagram*. Dari sekian banyak media sosial Instagram salah satu yang juga banyak peminatnya di Indonesia baik dikalangan muda-mudi, tak terkecuali orang dewasa pun banyak yang menggunakan instragram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang peggunanya mengambil foto, unggah foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Selain itu, penggunanya juga dapat menggunakan fitur *share location* guna memberikan informasi mengenai lokasi foto tersebut diambil dan memungkinkan penggunanya mengunggah video

berdurasi 60 detik yang bisa dilihat langsung oleh para *followers* atau pengikut (Putri, 2018).

Berdasarkan data yang dilansir dari GoodNewsFromIndonesia.id, menurut data yang dirilis *Napoleon Cat*, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta pengguna. Pada Januari tercatat sekitar 62,23 juta pengguna, lalu naik pada Februari menjadi 62,47 juta pengguna. Kemudian di bulan berikutnya (Maret) penggunaannya semakin meningkat dan mencapai 64 juta pengguna. Sebulan kemudian diperoleh data pengguna yang mencapai 65,7 juta, hingga ditutup pada Mei dengan catatan 69,2 juta pengguna. Selain itu, pengguna dari golongan generasi yang paling mendominasi hingga 25 juta pengguna atau mendominasi 36-38 % usia 18-24 (Iman, 2020).

Berdasarkan data diatas, penggunaan instragram rata-rata paling mendominasi usia 18-24 tahun. Menurut Santrock (2012) mengatakan bahwa pada usia 18-25 tahun yaitu masa transisi dari remaja menuju dewasa awal, dimasa ini ditandai kegiatan yang bersifat eksperimen dan eksplorasi. Pada usia ini sudah memasuki perguruan tinggi yaitu sebagai Mahasiswa. Menurut Suryanto (Laeli, Sartika, Rahman, & Fatchurrahmi, 2018) salah satu pengguna internet adalah mahasiswa. Mahasiswa lebih rentan untuk menjadi kecanduan internet karena dengan kesibukan dan aktivitas yang banyak dari mahasiswa, sehingga membuat mahasiswa bergantung pada internet. Salah satu media internet yang sering digunakan adalah jejaring sosial, khususnya Instagram. Mahasiswa yang mengunggah foto dan video menarik tentang dirinya sendiri dengan disertai status (*caption*) yang menunjukkan untuk memperkuat karakter foto yang diunggah. Mahasiswa biasanya dengan membuat status (*caption*) yang menarik agar dapat memikat pengguna lain untuk memberikan komentar positif atau tanda *like*.

Berdasarkan data yang diperoleh dari katadata.co.id, penggunaan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram* mengalami lonjakan hingga 40% selama pandemi virus *corona*. Hal ini banyak orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi di tengah karantina wilayah atau

*lockdown*. Media sosial tersebut baik *Messenger*, *Instagram*, maupun *WhatsApp* naik lebih dari 50% pada Maret dibandingkan bulan lalu. Kemudian dilakukan survei dari 14 hingga 20 Maret lebih dari 25 ribu orang di 30 tempat pengguna *WhatsApp* dan *Instagram* yaitu menunjukkan bahwa unggahan pengguna di *Instagram Story* per harinya meningkat 15% dalam sepekan dan jumlah pengguna yang melihat *Story* pengguna lainnya pun meningkat 21% (Burhan, 2020). Berdasarkan data yang dari berita CNNIndonesia (Indra, 2017), *instagram* menempati urutan teratas sebagai media sosial paling banyak untuk narsis dibanding *Snapchat*, *Twitter* dan *Facebook* yaitu melakukan survei terbaru pada 10.000 orang partisipan generasi milenial dan menemukan bahwa ada 64% partisipan meyakini *Instagram* merupakan jenis media sosial untuk narsis dan mengaku memberikan *like* pada foto dan video sebagai balasan dari orang lain yang sebelumnya memberi *like* juga diunggah mereka. Kemudian ada 78% mengatakan bahwa mereka dan orang lain yang dikenalnya menghapus unggahan foto atau video ketika tidak mendapatkan banyak *like*. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas pengguna media sosial salah satunya *Instagram* ingin mendapatkan *like* yang banyak dan tidak sepenuhnya bermaksud membagi pengalaman mereka dengan orang lain.

Para pengguna media sosial dapat melihat bahwa dengan adanya fungsi *Instagram* yang bisa menjadikan media untuk berbagi foto dan video membuat kehidupan para penggunanya semakin lekat dengan media sosial *Instagram*. Hal ini dapat membuat pengguna *Instagram* merasa harus membagi setiap aspek yang berkaitan dengan kehidupan individu tersebut termasuk pemikiran, perasaan-perasaan yang sedang dirasakan, setiap pengalaman yang baik atau buruk, benda-benda yang dimiliki, tempat yang sedang dikunjungi, makanan atau minuman yang dikonsumsi bahkan pakaian yang sedang dikenakan ke dalam jejaring sosial media *instagramnya* (Sembiring, 2017).

Perilaku kebiasaan dalam mengunggah foto pribadi di *instagram* tersebut tentu bukan tanpa alasan. Tentu mahasiswa yang melakukan pengunggahan foto yang dilihat publik ingin mendapat perhatian dan

tanggapan positif serta ingin dapat dinilai cantik atau tampan atau menarik. Kemudian muncul istilah orang-orang yang suka swafoto dan suka mengunggah foto di media sosial adalah orang yang terindikasi kecenderungan narsistik (Hardika, Noviekayati, & Saragih, 2019). Perkembangan media sosial tersebut memunculkan fenomena baru seperti swafoto, juga kebiasaan memperbaharui gambar dalam aktivitas sehari-hari yang mengarah pada perilaku kecenderungan narsistik.

Para pengguna media sosial khususnya Instagram, melalui Instagram mereka dapat dengan mudah mengunggah foto atau video dengan tujuan ingin mendapatkan perhatian dari pengguna Instagram lainnya, ingin dipedulikan dan berharap orang lain akan mengapresiasi dengan memberi *like* dan komentar pada unggahan tersebut (Natasya, Vion, Anjelika, & Heryanto, 2020). Hal ini dengan mengunggah foto atau video dengan intensitas yang semakin sering atau berlebihan akan mengganggu tercapainya perkembangan diri yang optimal. Mahasiswa akan mengalami kecenderungan dalam mengunggah foto atau video demi mendapatkan perhatian. Tindakan tersebut menunjukkan perilaku yang mengarah pada kecenderungan narsistik (Laeli, Sartika, Rahman, & Fatchurrahmi, 2018). Individu yang mengalami kecenderungan narsistik menimbulkan akibatnya akan mengalami kegelisahan. Hal ini dikarenakan mereka terlalu sibuk dengan menghabiskan banyak usaha untuk membuat diri mereka terlihat positif, istimewa, sukses, dan penting agar orang lain dapat memujinya dan beranggapan bahwa mereka sempurna dan tak ingin tersaingi oleh orang lain (Utami, 2018).

Berdasarkan berita yang dilansir dari KOMPAS.com (Tashandra, 2019), sebuah studi terbaru yang dilakukan oleh Washington State University dan University of Southern Mississippi menemukan bahwa mengunggah swafoto di media sosial Instagram berpengaruh buruk terhadap pandangan orang lain terhadap individu. Para peneliti meminta 30 mahasiswa dari universitas negeri di Amerika Serikat bagian selatan dan studi berikutnya, para peneliti meminta 119 mahasiswa dari Amerika Serikat bagian barat laut. Selain itu, para peneliti juga menemukan bahwa mengunggah swafoto cenderung dilakukan untuk memamerkan diri. Misalnya, ketika menunjukkan

otot bisep di depan cermin atau menunjukkan detail riasan wajah. Hal ini menjadikan sesuatu yang terkesan buruk.

Selain itu, kasus yang didapat dari [suar.grid.id](http://suar.grid.id) (Saputra, 2019), seorang mahasiswi Sydney Paige Monfries (22) dari Portland, Oregon, A.S yang jatuh dari menara lonceng setinggi 40 kaki (12 meter) hingga tewas saat mencoba mengambil foto untuk Instagram di New York. Ia menderita luka-luka fatal setelah terjun secara mengerikan di kampus Universitas Fordham New York, beberapa minggu sebelum kelulusan. Departemen Kepolisian New York mengatakan Sydney pergi ke menara jam kampus bersama teman-temannya sekitar pukul 3 pagi pada hari Minggu untuk mendapatkan pemandangan cakrawala. Selanjutnya, kasus di Indonesia dari [merdeka.com](http://merdeka.com) (Pratomo, 2015), seorang mahasiswa Universitas Atma Jaya di Yogyakarta yaitu Erri Yunanto (21 tahun) terpeleset dan jatuh ketika melakukan swafoto di atas Puncak Garuda, Gunung Merapi. Ia mendaki Gunung Merapi bersama enam orang rekannya. Setelah foto-foto, pijakan tempat kaki Erri ternyata runtuh. Kejadian ini membuatnya terjun bebas dan terjatuh hingga ke dasar kawah.

Kasus lain didapatkan dari berita [Liputan6.com](http://Liputan6.com) (Jeko, 2018a), studi yang dipublikasikan dalam jurnal *Computers in Human Behavior* oleh Seunga Venus Jin dan Aziz Muqaddam dari Universitas Sejong tersebut juga melakukan riset kepada 276 pengguna Instagram yang suka swafoto. Hasilnya cukup mengejutkan, sekitar 70% dari pengguna yang suka swafoto mengaku mengikuti akun-akun yang juga kerap mengunggah foto-foto tersebut. Mereka lebih suka mengikuti akun dengan swafoto karena merasa sama dan satu 'frekuensi'. Kepercayaan diri mereka bahkan bisa meningkat saat mereka melihat teman-temannya melakukan hal yang sama mengunggah foto-foto di Instagram. Selanjutnya dari media yang sama (Jeko, 2018b) juga memberitakan pria bernama Junaid Ahmed tersebut mengaku kecanduan swafoto. Setiap harinya, ia wajib mengambil foto wajahnya, di mana pun, kapan pun, dan selalu mengunggahnya ke Instagram. Pria yang berdomisili di Essex, Inggris ini, memiliki 50.000 pengikut di Instagram. Ahmed bisa mengambil swafoto paling sedikit 200 kali per hari dan akan menghapus

fotonya jika mendapatkan sedikitnya 600 *likes*. Ahmed kecanduan swafoto dan obsesi untuk mendapatkan *like* sebanyak-banyaknya diinstagram tersebut membuat dirinya sampai melakukan operasi plastik agar penampilan lebih enak dipandang. Ahmed merasa kesulitan menghentikan kebiasaannya tersebut dan selalu terobsesi dengan penampilannya.

Berdasarkan berita tersebut, tampak bahwa kebanyakan mahasiswa memamerkan diri dengan mengubah bentuk diri atau mempercantik foto dengan berbagai *filter*, kemudian ada yang mengalami kecelakaan hingga tewas saat mengambil foto dan bahkan ada yang di US menuliskan atau merubah identitas berbeda dari aslinya untuk mendapatkan kesan yang mereka inginkan. Mahasiswa semakin berambisi untuk menampilkan apa yang dimilikinya dalam dirinya dikhalayak atau media sosial instagram yang dimilikinya dan merasa diterima dilingkungan untuk membagikan kegiatan sehari-harinya dengan memperlihatkan tampilan-tampilan yang menurutnya patut untuk dicontoh, sehingga menyebabkan munculnya perilaku kecenderungan narsistik dikalangan mahasiswa yang menggunakan Instagram (Dewi, 2020).

Perilaku mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial instagram dengan mengunggah foto, memperbarui status dan mendapatkan *followers* secara berlebihan dalam menampilkan diri berhubungan dengan adanya kecenderungan narsistik. Kecenderungan narsistik juga berhubungan pada jumlah aktivitas di *website* yang dilihat dari jumlah teman dan jumlah *wallposts* atau pesan dinding yang ia miliki. Menurut Fox dan Rooney (Rahmawati, 2018) bahwa individu yang sering memposting foto secara *online* dapat menunjukkan kecenderungan narsistik. Sedangkan menurut Panek (Rahmawati, 2018) bahwa individu dengan adanya kecenderungan narsistik dapat menampilkan dan mempromosikan diri secara *online* setiap harinya dengan mengunggah foto, memperbarui status untuk mendapatkan tanda suka, komentar atau mendapatkan *followers*.

Menurut Durand dan Barlow (2007) menyatakan bahwa individu yang memiliki kecenderungan narsistik berlebihan cenderung memanfaatkan

individu lain untuk kepentingan diri sendiri dan menunjukkan sedikit empati kepada individu lain. Individu yang narsistik cenderung memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas dan hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut kesenangan diri sendiri (Mehdizadeh, 2010). Individu dapat dikatakan kecenderungan narsistik ketika seseorang tersebut cenderung pamer akan kelebihanannya dengan menceritakan hal-hal mengenai dirinya sendiri pada akunya dan tidak mau untuk berbagi tips-tips bahkan ketika orang lain meminta bantuan. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa terdapat ciri-ciri kecenderungan narsistik yaitu ingin menunjukkan dirinya spesial dan unik serta memiliki kebutuhan untuk dikagumi.

Menurut *American Psychiatric Association* menyatakan dalam DSM-V (Riyanita & Supradewi, 2019), seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik apabila dirinya mempunyai minimal lima dari sembilan ciri sebagai berikut, yaitu melebihi kemampuan yang dimilikinya, selalu menginginkan pujian terhadap orang lain, berimajinasi tentang kesuksesan dan kecantikan yang tak terbatas, merasa unik dan istimewa sehingga hanya mau bergaul dengan orang yang berkelas tinggi, merasa dirinya berhak untuk mendapatkan perlakuan khusus dari orang lain, memanfaatkan orang lain dengan tujuan mendapatkan apa yang diinginkan, kurang mampu berempati pada orang lain, selalu memiliki rasa iri hati pada kesuksesan orang lain dan berperilaku kasar, serta angkuh.

Peneliti melakukan wawancara yang dilakukan pada tanggal 10-11 April 2021 kepada 3 mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang berinisial V (20 th), A (21 th) dan F (21 th) yang aktif dalam menggunakan media sosial Instagram.

**Tabel 1.1 Hasil Wawancara**

	V	A	F
<b>Waktu</b>	4 jam	±4 jam	4 – 5 jam
<b>Tujuan</b>	Mencari kesenangan dan mengunggah	Untuk menghilangkan rasa bosan dan	Untuk menjadikan memori visual

	foto atau video untuk dilihat sama orang lain.	suka mengabadikan moment di instgram.	dan ingin dilihat orang lain.
<b>Intensitas mengunggah foto dan video</b>	Setiap hari bisa sampai 7 kali atau 10 kali unggah di <i>feeds</i> maupun <i>snapgram</i> .	Sering setiap hari dan selalu mendapatkan <i>like</i> .	Seminggu 2 kali dan unggah <i>snapgram</i> sehari 5 kali atau 7 kali.
<b>Perasaan mendapatkan like di instagram</b>	Merasa senang selalu mendapatkan <i>like</i> disetiap unggahannya sehingga sering membuka instagram dan penting untuk mendapatkan <i>like</i> .	Merasa senang dan percaya diri sehingga tidak seimbang ketika <i>followers</i> banyak tetapi <i>like</i> sedikit.	Merasa senang selalu mendapatkan <i>like</i> sehingga merasa diapresiasi oleh orang lain.
<b>Perasaan unggahannya lebih baik dari orang lain</b>	Merasa unggahannya lebih baik dan menarik dari orang lain.	Merasa unggahannya lebih baik dan unggahan orang lain kurang menarik.	Terkadang merasa bahwa unggahannya lebih baik dari orang lain.
<b>Berkhayal tentang kesuksesan masa depan</b>	Setiap saat sering berkhayal.	Sering dan selalu ketika mau tidur seperti impian	Sering berkhayal dan merasa apa yang

		yang dicapai menjadi kenyataan.	dirasakannya tidak selalu seperti ini.
--	--	---------------------------------	--

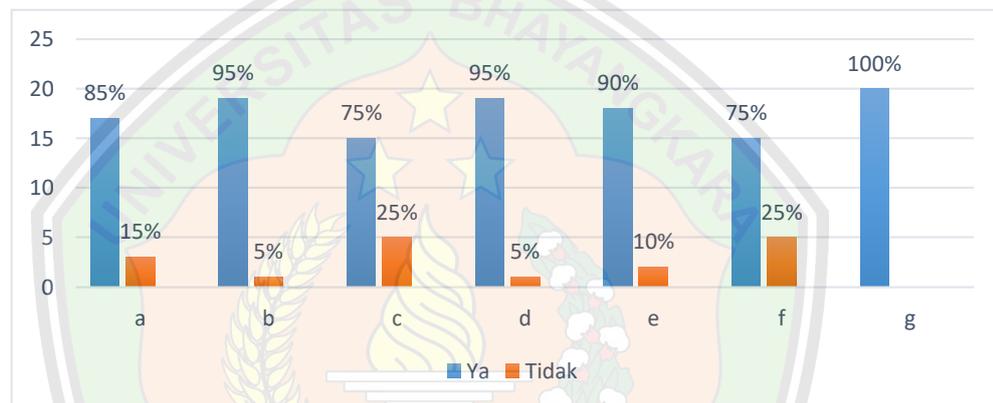
Berdasarkan tabel diatas, didapatkan hasil yang memperlihatkan bahwa waktu dan tujuan mereka mengunggah diinstagram ingin mendapatkan perhatian dari orang lain, mereka merasa senang selalu mendapatkan *like* disetiap unggahan instagram merasa unggahannya lebih baik dari individu lain, dan berkhayal tentang kesuksesan dimasa depan. Hal tersebut menunjukkan mahasiswa V mengungkapkan bahwa hampir setiap hari membuka Instagram sekitar 4 jam, untuk mencari kesenangan dan tujuan mengunggah foto atau video untuk dilihat individu lain sehingga bisa mengunggah foto serta video setiap hari 7 kali sampai 10 kali dan merasa senang selalu mendapatkan *like* karena mendapatkan *like* itu penting sehingga membuka Instagram terus-menerus karena ingin mengetahui seberapa individu melihat dan suka terhadap unggahannya serta merasa lebih baik dari unggahan orang lain karena merasa lebih menarik dari unggahannya daripada orang lain. V juga sering berkhayal tentang kesuksesan masa depan pada dirinya sendiri.

Hal tersebut juga dirasakan oleh mahasiswa A mengungkapkan bahwa setiap waktu 4 jam kurang lebih sekali membuka Instagram, untuk menghilangkan rasa bosan sehingga sering mengunggah foto dan video serta selalu mendapatkan *like* sehingga A merasa senang dan percaya diri karena mendapatkan *like* itu penting dan merasa bahwa unggahannya lebih baik daripada orang lain karena unggahan orang lain kurang menarik. A juga sering dan selalu berkhayal tentang kesuksesan masa depan dan merasa senang karena bahwa mengkhayal seperti impian yang ingin dicapai menjadi kenyataan.

Mahasiswa F juga mengatakan bahwa sering membuka Instagram bisa 4-5 jam, dengan tujuan mengunggah foto dan video untuk menjadikan memori visual serta ingin juga dilihat orang lain karena disetiap unggahannya

selalu mendapatkan *like* sehingga merasa senang dan diapresiasi oleh orang lain serta merasa terkadang unggahannya juga lebih baik dari yang lainnya. F juga sering berkhayal tentang dimasa mendatang dan merasa apa yang dirasakannya tidak selalu seperti ini.

Peneliti juga melakukan survei menggunakan *Google Form* pada tanggal 22-23 Juni 2021 kepada 20 mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang menggunakan media sosial Instagram berdasarkan aspek kecenderungan narsistik menurut Raskin & Terry (Teniawaru, Wicaksono, & Saniatuzzulfa, 2018) yaitu *Authority*, *Self-Sufficiency*, *Superiority*, *Exhibitionism*, *Exploitativeness*, *Vanity* dan *Entitlement*.



Keterangan:

- Merasa bisa menjadi pemimpin yang baik dari orang lain dalam segala sesuatu.
- Bisa menggunakan fitur di Instagram dengan sendiri.
- Merasa hebat dalam mengedit foto dan video yang menarik untuk diunggah di Instagram.
- Merasa senang ketika orang lain memberikan like dan komentar positif setelah mengunggah di Instagram.
- Meminta tolong pada teman untuk foto diri saya semenarik mungkin yang akan diunggah di Instagram.
- Merasa foto dan video yang diposting di Instagram lebih menarik dari orang lain.
- Merasa disetiap unggahan harus berhak mendapatkan like dan komentar positif dari orang lain.

**Gambar 1.1 Hasil Survei Kecenderungan Narsistik**

Hasil survei menunjukkan yaitu pada aspek *Entitlement* ada 100% sebanyak 20 mahasiswa yang menjawab bahwa disetiap unggahan harus berhak mendapatkan *like* dan komentar positif dari orang lain, pada aspek *Self-Sufficiency* dan *Exhibitionism* ada 95% sebanyak 19 mahasiswa bisa menggunakan *fitur* Instagram dengan sendiri dan merasa senang ketika orang lain memberikan *like* dan komentar positif setelah mengunggah di

Instagram, pada aspek *Exploitativeness* ada 90% sebanyak 18 mahasiswa meminta tolong pada teman untuk foto diri saya semenarik mungkin yang akan diunggah di Instagram, pada aspek *Authority* ada 85% sebanyak 17 mahasiswa merasa bisa menjadi pemimpin yang baik dari orang lain dalam segala sesuatu, pada aspek *Superiority* dan *Vanity* ada 75% sebanyak 15 mahasiswa merasa hebat dalam mengedit foto dan video yang menarik untuk diunggah di Instagram serta merasa foto dan video yang diunggah di Instagram lebih menarik dari orang lain.

Hasil survei tersebut dapat disimpulkan bahwa ada 16 mahasiswa dari 20 mahasiswa yang memiliki lebih dari lima ciri-ciri kecenderungan narsistik seperti individu berhak mendapatkan keistimewaan dari orang lain, merasa kemampuan dirinya yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya, memiliki keinginan untuk menjadi pusat perhatian, suka memanfaatkan orang sesuai keinginan sendiri, dan memiliki kekuasaan sebagai pemimpin untuk mengetahui orang lain. Menurut *American Psychiatric Association* menyatakan dalam DSM-V (Riyanita & Supradewi, 2019), seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik apabila dirinya mempunyai minimal lima ciri tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan survei di atas, maka menunjukkan bahwa individu dengan tujuan mengunggah foto dan video di Instagram untuk ingin dilihat oleh orang lain dan mendapatkan *like* yang banyak sehingga menginginkan pujian karena merasa senang ketika orang lain memberikan *like* dan komentar positif, serta memanfaatkan orang lain untuk kepentingan dirinya sendiri dan menganggap bahwa dirinya hebat. Ketika keinginan individu untuk mengekspresikan penampilan fisiknya dan aktivitas melalui fotografi maupun video yaitu memiliki hubungan terindikasi adanya kecenderungan narsistik pada individu tersebut (Sembiring, 2017). Oleh karena itu, menyebabkan individu tersebut tanpa disadari terindikasi adanya kecenderungan narsistik dengan mengunggah foto dan video di Instagram secara berlebihan dengan menampilkan dirinya sendiri karena cenderung membutuhkan pujian dan perhatian dari orang lain.

Individu yang mengunggah foto di media sosial dapat memberikan kepuasan bagi individu dengan kecenderungan narsistik agar individu tersebut dapat menerima umpan balik yang positif dari orang lain, serta individu dalam menggunakan media sosial khususnya Instagram juga masih kurang dapat mengelola waktu yang baik dalam mengunggah foto, memperbarui status, mendapatkan *followers*, memamerkan diri dengan mengubah bentuk diri, mempercantik foto dengan berbagai *filter* yang secara berlebihan dalam menampilkan diri dan ingin menjadikan eksistensi diri sendiri. Individu yang menggunakan media sosial hendaknya memiliki kemampuan untuk mengontrol perilakunya serta mampu mengontrol dalam penggunaan media sosialnya.

Bagi mahasiswa juga harus mampu bersosialisasi serta memiliki hubungan yang baik dengan temannya dan ketika juga di media sosial. Mahasiswa dengan pengguna Instagram dalam menggunakan media sosial seharusnya digunakan dengan baik agar dapat memberikan manfaat yang baik bagi diri sendiri. Manfaat yang baik tersebut yaitu dapat membangun hubungan dengan orang yang tidak dikenal sebelumnya, mampu menyaring informasi yang ada di media sosial, memiliki kreativitas dalam menampilkan diri sesuai dengan realitas dan individu diharapkan dapat mampu mengelola waktu dengan bijak. Namun mahasiswa masih banyak yang kurang menggunakan media sosial dengan baik atau secara berlebihan dalam mengunggah foto dan video karena ingin mendapatkan pujian dari orang lain sehingga munculnya adanya kecenderungan narsistik (Maulina, 2017).

Berdasarkan permasalahan diatas, tampak bahwa individu menunjukkan penampilan untuk mendapatkan perhatian dari orang lain, merasa senang ketika mendapatkan *like* atau komentar positif dari orang lain dan menilai bahwa mendapatkan *like* atau komentar positif dari orang lain penting. Hal tersebut berpengaruh pada harga diri individu ketika individu merasa senang saat mendapatkan perhatian dari orang lain dan mendapatkan *like* atau komentar positif dari orang lain karena diapresiasi dan diterima dilingkungkannya. Namun, Individu menilai dirinya negatif karena ketika mendapatkan *like* disetiap unggahan merasa sangat berharga bagi individu

apabila individu kurang merasa puas dengan jumlah *like* yang ada dan perhatian dari orang lain maka individu merasa adanya penolakan dari lingkungannya.

Sedikides, Rudich, Gregg, Kumashiro, & Rusbult (2004) menyatakan faktor yang mempengaruhi narsistik yaitu salah satunya *Self-esteem* (Harga Diri) bahwa seseorang yang mengalami ketidakstabilan pada harga dirinya dan terlalu bergantung pada interaksi sosial. Menurut Coopersmith (Andarini, Susandari, & Rosiana, 2012) menyatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi penilaian terhadap individu yang memandang dirinya sendiri dimana mengarah pada penerimaan atau penolakan dan kesuksesan yang telah dicapai.

*Self-esteem* juga sering disebut dengan *self-worth* namun memiliki perbedaan, *self-esteem* diartikan sebagai pencapaian yang dimiliki individu. *Self-esteem* yaitu dimana individu merasa puas dan nyaman dimana ia berada serta hal-hal yang dimilikinya. Sedangkan, *self-worth* adalah keyakinan yang dimiliki seseorang mengenai dirinya (Mutiwasekwa, 2019). Pada umumnya diri individu terdapat kecenderungan mengagumi diri sendiri, hal ini berkaitan dengan harga diri. Individu yang merasakan adanya hal-hal positif dalam dirinya tentu akan menyukai dirinya sendiri dan mengembangkan perasaan bahwa dirinya berharga. Oleh karena itu, seseorang yang memiliki harga diri tinggi merupakan individu yang dapat diterima dengan baik dan diperhatikan dilingkungannya, sebaliknya seseorang yang memiliki harga diri rendah merupakan individu yang ditolak atau tidak diterima kehadirannya dan tidak disukai oleh lingkungannya.

Nevid & Rathus (Riyanita & Supradewi, 2019) menambahkan bahwa seseorang yang memiliki kecenderungan narsistik yaitu senang pamer tentang pendapat dari orang lain yang mengakui keunikan dan keberhasilannya ataupun pencapaian yang sangat dibanggakan pada dirinya sendiri. Hal tersebut dilakukan pada saat seseorang yang adanya terindikasi kecenderungan narsistik merasa harga dirinya mulai terancam, ketika sekitar lingkungannya mulai mengkritik dan memberi masukan yang menurutnya

tidak sesuai dengan dirinya. Oleh karena itu, untuk menyingkirkan perasaan yang tidak nyaman dan harga diri yang rendah, individu narsistik menuntut perhatian yang terus menerus dilingkungannya.

Individu yang memiliki harga diri rendah harus dapat meningkatkan harga diri dengan baik dalam menggunakan jejaring sosial Instagram agar mengurangi kecenderungan narsistik. Individu juga harus mampu untuk mengembangkan citra diri dengan cara yang positif tanpa harus mengikuti perkembangan kemajuan teknologi yang kurang baik. Individu yang dengan adanya harga diri rendah dapat meningkatkan harga diri dengan cara belajar untuk menghargai diri sendiri yaitu menerima kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya, selalu berpikir positif terhadap diri sendiri, tidak membandingkan diri sendiri dengan orang lain dan bersyukur terhadap diri sendiri, serta berhubungan dengan lingkungan yang memberikan dampak positif. Campbel, Rudich & Sedikides (Rahmawati, 2018) menyatakan bahwa adanya kecenderungan narsistik pada individu yang memiliki harga diri tinggi yaitu menganggap diri mereka memiliki hubungan sosial yang baik sedangkan individu dengan harga diri rendah berusaha dengan berhubungan sosial dan meningkatkan harga dirinya. Individu yang dengan adanya kecenderungan narsistik membutuhkan pengakuan dan pujian dari orang lain demi menaikkan harga dirinya. Hal ini yang menyebabkan individu dengan kecenderungan narsistik membutuhkan jejaring sosial untuk mencari perhatian dan dukungan sosial.

Berbeda dengan penelitian Adi dan Yudiati (Rahmawati, 2018) yang mengungkapkan bahwa seseorang dengan adanya kecenderungan narsistik mempunyai harga diri yang rendah. Hal ini disebabkan karena seseorang dengan kecenderungan narsistik membutuhkan pengakuan dan pujian dari lingkungan di sekitarnya untuk menaikkan harga dirinya. Oleh karena itu, seseorang dengan kecenderungan narsistik juga memerlukan media sosial salah satunya instagram untuk mencari perhatian dan dukungan sosial, sehingga dapat meningkatkan harga dirinya. Adapun berbagai penelitian yang dilakukan oleh Maulidania (2017) hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara harga diri terhadap kecenderungan narsistik pada remaja.

Penelitian yang dilakukan oleh Bhakti (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan narsistik dan tidak ada perbedaan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan jenis kelamin.

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan atau fenomena yang terjadi peneliti tertarik karena ingin mendapatkan suatu gambaran yang komperensif dan mencoba untuk mengidentifikasi dari fenomena tersebut karena individu dalam menggunakan media sosial yaitu Instagram masih kurang dapat mengelola waktu yang baik dan ingin menjadikan eksistensi diri sendiri serta memberikan kepuasan pada diri sendiri ketika mendapatkan umpan balik yang positif dari orang lain dan dari hasil survei maupun wawancara menunjukkan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Oleh karena itu, peneliti memilih judul “Pengaruh Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas maka dapat dirumuskan apakah ada pengaruh harga diri terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga diri terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk memperkaya penelitian serta menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang Psikologi, khususnya pada bidang psikologi sosial dan psikologi klinis tentang harga diri dan kecenderungan narsistik pada pengguna Instagram.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pemahaman serta edukasi mengenai harga diri dan kecenderungan narsistik khususnya bagi mahasiswa dan masyarakat sehingga dapat mengurangi kecenderungan narsistik berlebihan dalam penggunaan media sosial dengan meningkatkan harga diri pada mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

#### 1.5 Uraian Keaslian Penelitian

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maulidania (2017) mengenai “Pengaruh Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik Pada Remaja Pengguna Instagram”. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara harga diri terhadap kecenderungan narsistik pada remaja, yaitu semakin tinggi harga diri maka semakin rendah kecenderungan narsistik. Sebaliknya, semakin rendah harga diri maka semakin tinggi kecenderungan narsistik. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terdapat pada subjek dan lokasi penelitian. Pada subjek sebelumnya menggunakan Remaja Pengguna Instagram sedangkan penelitian ini menggunakan Mahasiswa dan lokasi penelitian sebelumnya di Kecamatan Pandaan sedangkan penelitian ini di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Bhakti (2016) mengenai “Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Instagram Ditinjau Dari Jenis Kelamin”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan narsistik. Tidak ada perbedaan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan jenis kelamin. Perbedaan dalam penelitian sebelumnya terdapat judul, subjek dan lokasi penelitian. Pada judul sebelumnya menggunakan ditinjau dari jenis kelamin sedangkan penelitian ini tidak menggunakan berdasarkan ditinjau dari jenis kelamin, subjek sebelumnya menggunakan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta sedangkan penelitian ini

menggunakan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan lokasi penelitian sebelumnya bertempat di Surakarta sedangkan penelitian ini bertempat di Bekasi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Laeli, Sartika, Rahman, & Fatchurrahmi (2018) mengenai “Hubungan Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram”. Hasil penelitian bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dan harga diri secara simultan dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa semester awal pengguna instagram. Semakin tinggi kontrol diri dan harga diri maka semakin rendah kecenderungan narsistik. Perbedaan dalam penelitian ini terdapat variabel, subjek, dan lokasi penelitian. Pada variabel sebelumnya menggunakan dua variabel bebas yaitu Kontrol Diri dan Harga Diri sedangkan dalam penelitian ini menggunakan satu variabel bebas yaitu Harga Diri, subjek sebelumnya menggunakan Mahasiswa Semester Awal sedangkan penelitian ini menggunakan semua angkatan Mahasiswa, dan lokasi penelitian sebelumnya hanya pada Fakultas Psikologi sedangkan penelitian ini di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Maulina (2017) mengenai “Hubungan antara Harga Diri dengan Narsis Pada Remaja Pengguna Path”. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan narsis pengguna path pada remaja di SMA Negeri 7 Surakarta. Semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi narsis pengguna path pada remaja, sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin rendah narsis pengguna path pada remaja. Perbedaan penelitian ini terdapat fenomena subjek, dan lokasi penelitian. Fenomena sebelumnya Narsis pada media sosial Path sedangkan fenomena penelitian ini Kecenderungan Narsistik pada media sosial Instagram, subjek sebelumnya yaitu pada Remaja Pengguna Path sedangkan penelitian ini menggunakan subjek Mahasiswa Pengguna Media Sosial

Instagram dan lokasi penelitian sebelumnya di SMA Negeri 7 Surakarta sedangkan penelitian ini di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2018) mengenai “Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsisme Media Sosial Instagram pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan ada hubungan yang positif antara harga diri dengan kecenderungan narsisme, yang berarti semakin tinggi kecenderungan narsisme semakin tinggi harga diri. Perbedaan dalam penelitian ini terdapat judul, subjek, dan lokasi. Pada penelitian sebelumnya menggunakan judul yaitu hubungan sedangkan dalam penelitian ini menggunakan pengaruh, subjek penelitian sebelumnya menggunakan mahasiswa yang berkuliah di kota Yogyakarta sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan lokasi sebelumnya yaitu di kota Yogyakarta sedangkan penelitian ini di kota Bekasi.

