

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi dan komunikasi di Indonesia telah berkembang dengan pesat seiring berjalannya waktu. Teknologi tersebut memudahkan masyarakat untuk saling berkomunikasi satu sama lain. Kemudian, berkembangnya teknologi tersebut dapat memunculkan budaya, sosial dan perilaku masyarakat yang baru. Menurut Putri & Gischa (2022) yang dilansir dari Kompas.com menyebutkan teknologi tidak pernah berhenti berkembang dan selalu dimanfaatkan untuk membantu kegiatan individu sehari-hari seperti mendapatkan dan memberikan informasi. Apabila individu melihat teknologi tersebut dengan positif, maka hal tersebut akan membawa banyak manfaat dan dapat membantu kegiatan individu. Berkembangnya teknologi yang semakin maju dapat membawa pengaruh di segala bidang kehidupan manusia diantaranya yaitu pada bidang sosial dan budaya. Kemudian, adanya dampak yang terjadi pada berkembangnya teknologi seperti cara berkomunikasi yang semakin mudah diakses dengan menggunakan aplikasi media sosial.

Menurut Firlyana (2023) media sosial merupakan tempat untuk berkomunikasi dan pemasaran yang mana individu dapat menyebarkan atau berbagi ide-idenya serta pengalamannya dengan individu lainnya. Media sosial telah menjadi bagian penting di kehidupan masyarakat karena dapat membuat kita tetap terhubung dengan teman, keluarga atau individu lainnya walau dengan jarak yang jauh. Fungsi media sosial menurut Bobby (2022) selain untuk berkomunikasi, penggunaan media sosial saat ini telah digunakan untuk tempat curhat untuk mengekspresikan apa yang sedang dirasakan individu tersebut. Tetapi, hal tersebut dapat memberikan dampak negatif terhadap individu yang curhat di akun media sosialnya karena tidak semua individu dapat

menyampaikan hal yang positif terhadap curhatan kita. Hal itu juga terkait dengan yang dikatakan oleh Ariana Megumi dalam Tamzil (2020) menyebarkan masalah pribadi dalam media sosial dapat memberikan dampak negatif karena permasalahan dikehidupan kita dapat diketahui oleh orang lain. Namun, individu yang curhat pada media sosial biasanya mencari dukungan untuk dirinya sendiri.

Media sosial telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi setiap individu karena dapat memudahkan individu untuk berkomunikasi satu sama lain dan membantu kita dalam beraktivitas setiap harinya. Hal ini terbukti dengan meningkatnya pemakaian media sosial pada masyarakat Indonesia seiring berjalannya waktu. dilihat dari laporan GWI dan data.ai yang dilansir oleh DataReportal keadaan pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2023 memiliki sebanyak 167,0 juta pengguna media sosial, hal itu sama dengan 60,4% dari jumlah populasi di Indonesia. Pada data tersebut memperlihatkan bahwa tidak adanya penurunan dalam hal pemakaian media sosial namun akan terus meningkat seiring berjalannya waktu. Pada saat itu pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 48,6% adalah perempuan dan kemudian 53,2% adalah laki-laki (Kemp, 2023). Menurut laporan Statista tahun 2020 yang dilansir dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia pengguna media sosial pada tahun 2020 didominasi oleh rentang usia 25-34 tahun dan di urutan kedua pada rentang 18-24 tahun (Hoetomo, 2021). Pada tahun 2023 menurut laporan Data Reportal yang dilansir oleh GoodStats pengguna media sosial telah mencapai 167 juta dengan jumlah 153 juta merupakan pengguna media sosial di atas usia 18 tahun yang merupakan 79,5% dari jumlah populasi di Indonesia. Selanjutnya individu yang memiliki atau menggunakan setidaknya satu akun media sosial berjumlah 78,5% pengguna (Yonatan, 2023). Dari kedua data di atas dapat dilihat bahwa pengguna media sosial dengan rentang usia 18 tahun selalu menjadi jumlah yang tinggi setiap tahunnya.

Media sosial telah memiliki berbagai jenis dan fungsinya masing-masing serta telah dipakai oleh banyak orang untuk membagikan foto atau video, untuk

memudahkan kita berkomunikasi dengan teman atau keluarga walaupun dari jarak yang jauh serta untuk membagikan dan mendapatkan informasi dengan cepat. Menurut laporan We Are Social yang dilansir oleh Andi.Link memperlihatkan kepada kita media sosial yang paling banyak diakses pada tahun 2023 oleh masyarakat Indonesia, top 3 media sosial yang paling banyak diakses yaitu WhatsApp, Instagram, dan Facebook (Riyanto, 2023). Instagram dimana salah satu media sosial dengan fokus pada foto dan video, memberikan pengguna peluang untuk membentuk citra diri mereka. Mekanisme like dan komentar menciptakan lingkungan yang mendorong validasi sosial. Selfie sebagai bentuk ekspresi diri dapat menjadi sarana untuk mencari perhatian dan pengakuan. Kombinasi antara ketersediaan teknologi selfie dan kemudahan berbagi di Instagram memperkuat hubungan antara media sosial ini dan kecenderungan narsistik (Fauziah, 2020). Pengguna sering kali terdorong untuk memperlihatkan versi terbaik dari diri mereka, menciptakan lingkungan di mana perhatian pada penampilan dan penerimaan dari orang lain menjadi kunci. Ini bisa memperkuat perilaku narsistik dengan meningkatkan kebutuhan akan afirmasi dari orang lain melalui interaksi online.

Berdasarkan data tersebut Instagram berada di posisi kedua aplikasi yang paling banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2023. Aplikasi Instagram tersebut memang saat ini sudah menjadi salah satu dari banyak aplikasi media sosial yang digemari dan oleh masyarakat untuk melakukan beberapa hal yang digemari oleh individu. Instagram merupakan salah satu dari banyaknya media sosial yang populer di berbagai kalangan. Instagram adalah jenis media sosial yang dipakai untuk membagikan foto atau video dan Instagram memungkinkan penggunanya menggunakan *filter* untuk membuat foto atau videonya menjadi lebih menarik. Selain *filter*, Instagram juga memiliki beberapa fitur menarik lainnya seperti *instastory*, *direct message*, *live*, *IGTV*, *shopping*, *boomerang*, dan *share location* (Denishtany, 2023). Individu yang menggunakan Instagram biasanya memakai Instagram untuk foto dan membuat video singkat kemudian memanfaatkan *filter* yang ada supaya membuat foto

lebih menarik lagi. Selain itu pengguna Instagram memanfaatkan Instagram untuk membagikan foto atau video mereka, kemudian pengguna instagram lain yang melihat foto atau video kita dan merasa tertarik dengan konten yang kita bagikan maka pengguna lainnya bisa memberikan *like* ataupun komentar pada foto atau video tersebut dengan fitur yang tersedia pada Instagram.

Penggunaan media sosial akan terus meningkat seiring berjalannya waktu. Dilihat dari laporan *We Are Social* yang dilansir dari DataIndonesia.id menjelaskan bahwa pengguna aktif media sosial di indonesia memiliki jumlah 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di indonesia dengan waktu yang dihabiskan untuk memainkan media sosial yaitu mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya (Widi, 2023). Instagram merupakan aplikasi media sosial yang sangat digemari oleh masyarakat. Dilihat dari NapoleonCat yang dilansir dari DataIndonesia.id menjelaskan bahwa pengguna Instagram di indonesia hingga April 2023 mencapai 109,33 juta pengguna Instagram. Berdasarkan laporan tersebut pengguna Instagram paling banyak di indonesia yaitu pada rentang usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 38% dan 30,1% pengguna Instagram yaitu pada rentang usia 25-34 tahun kemudian pada rentang usia 35-44 sebanyak 12,7% dan pada rentang usia 13-17 tahun sebanyak 11,3% terakhir pada rentang usia 45-54 sebanyak 5% dan sisanya 55 tahun keatas. Lebih rinci lagi, sebanyak 53,1% pengguna Instagram merupakan perempuan sedangkan 46,9% merupakan laki-laki (Rizaty, 2023). Berdasarkan data tersebut, media sosial telah digunakan oleh berbagai kalangan dan status mulai dari pelajar, mahasiswa dan pekerja.

Media sosial Instagram merupakan aplikasi media sosial yang populer untuk membagikan foto atau video yang kita miliki. Intensitas penggunaan Instagram adalah sejauh mana upaya yang diberikan dalam mengakses Instagram. Upaya tersebut dapat didefinisikan sebagai energi, waktu, dan usaha dalam melakukan aktivitas di sekitar media sosial. Dalam hal ini, Instagram memfasilitasi sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh pengguna Instagram.

Ada dua model faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan Instagram. Faktor pertama adalah kebutuhan untuk dimiliki. Kebutuhan ini terkait dengan keinginan untuk memiliki rasa memiliki dan diterima. Faktor kedua adalah kebutuhan untuk representasi diri, upaya individu untuk membangun pandangan orang lain terhadap dirinya. Faktor tambahan lainnya yang mendorong orang menggunakan Instagram adalah motif pengalihan perhatian, mengintai orang lain, dan memperluas interaksi sosial. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa usia memengaruhi intensitas penggunaan media sosial. Pengguna terbesar media sosial adalah orang dewasa muda (usia 18-24 tahun). Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa media sosial sebagian besar digunakan oleh orang dewasa muda (Lengkong & Dewi, 2021).

Berbagai jenis fitur di Instagram memungkinkan pengguna untuk membangun representasi diri yang terlihat ideal dan menekankan fitur-fitur utama (baik dari segi fisik, kekuatan, prestasi, dll.) dalam diri mereka untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain. Hal ini dapat menimbulkan kecenderungan narsistik bagi para pengguna Instagram. Problematika narsistik yang muncul saat seseorang menggunakan Instagram berkaitan dengan sejumlah faktor negatif yang memengaruhi perilaku dan pola pikir individu. Pertama-tama, platform ini sering kali menjadi wahana untuk pamer diri yang dapat memicu kecenderungan untuk mencari validasi dari orang lain dalam bentuk like, komentar, atau followers. Hal ini dapat mengakibatkan seseorang terlalu fokus pada penampilan dan citra diri online, mengorbankan kesehatan mental untuk mendapatkan apresiasi dari pengguna lain. Selain itu, algoritma Instagram yang menampilkan konten berdasarkan popularitas dapat menciptakan lingkungan yang kompetitif. Orang cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain, terutama ketika melihat postingan yang terkesan sempurna atau glamor. Perasaan kurang berharga dan kecemasan sosial dapat timbul akibat perbandingan ini, memperkuat perilaku narsistik sebagai bentuk kompensasi (Sajuri & Qorib, 2019).

Faktor negatif lainnya adalah dampak psikologis dari eksposur berlebihan terhadap likes dan komentar. Seseorang mungkin merasa tidak cukup dihargai jika postingannya tidak mendapatkan respons yang diinginkan. Hal ini dapat memicu perilaku narsistik yang berlebihan, seperti perasaan superioritas atau kebutuhan konstan untuk pengakuan. Selain itu, Instagram juga dapat menjadi ajang perbandingan sosial yang merugikan, terutama ketika seseorang terus-menerus memeriksa profil orang lain. Hal ini dapat menciptakan siklus negatif di mana individu terjebak dalam pemikiran narsistik, terus mencari validasi eksternal dan mengesampingkan nilai-nilai internal yang seharusnya menjadi landasan kesejahteraan mental (Saijuri & Qorib, 2019).

Menurut *psychologytoday.com* yang dilansir dari SatuPersen.com mengatakan bahwa percaya diri merupakan keyakinan yang ada pada diri kita untuk mempunyai kekuatan untuk menghadapi rintangan yang ada pada hidupnya dan berhasil beraksi sesuai dengan kemampuannya sedangkan menurut DSM-IV-TR yang dilansir dari Satu Persen mengatakan bahwa narsistik dikenali dengan munculnya fantasi atau perilaku berlebihan terhadap kekuasaan, kecantikan, kesuksesan, kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain, dan kurangnya kemampuan untuk berempati serta merasa dirinya sangat istimewa dan penting dari pada orang lain (Widuri, 2022).

Menurut DSM-IV-TR dalam Davidson et al., (2014) mengatakan bahwa individu dapat dikatakan mengalami kecenderungan narsistik apabila ia memiliki setidaknya 5 (lima) dari 9 (sembilan) ciri kepribadian sebagai berikut: a) pandangan yang dibesar-besarkan mengenai pentingnya diri sendiri, arogansi. b) terfokus pada kecerdasan, keberhasilan, dan kecantikan diri. c) kebutuhan ekstrem untuk dipuja. d) iri pada orang lain. e) kecenderungan memanfaatkan orang lain. f) kurang empati. g) merasa layak diperlakukan istimewa. h) percaya bahwa dirinya unik dan berbeda dari yang lain. i) memandang rendah orang lain. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, terbukti bahwa responden yang mengisi survei memiliki kecenderungan narsistik dimana memiliki sifat fokus

pada kecerdasan, keberhasilan, dan kecantikan diri, kebutuhan ekstrem untuk dipuja, percaya bahwa dirinya unik dan berbeda dari yang lain, pandangan yang dibesar-besarkan mengenai pentingnya diri sendiri, arogansi, serta memiliki sikap merasa layak diperlakukan istimewa. Hal itu sesuai dengan ciri kepribadian para narsistik yang dikemukakan oleh DSM-IV-TR.

Manifestasi inti narsisme melibatkan peningkatan diri yang berlebihan, kebutuhan akan pujian, dan orientasi interpersonal yang bersifat antagonis. Peningkatan diri pada individu narsistik tercermin dalam pandangan berlebihan tentang diri sendiri, merasa lebih unggul dalam bidang tertentu seperti kecerdasan, dan penilaian positif terhadap kemampuan atau pencapaian mereka. Meskipun peningkatan diri adalah perilaku yang mungkin umum di kalangan orang non-narsistik, orang narsistik cenderung lebih ekstrem dan kurang peka terhadap norma sosial. Mereka mencari kesempatan untuk mendapatkan pengakuan, bahkan jika perilaku ini merugikan hubungan sosial mereka, karena mereka merasa berhak mendapatkan pujian dan mengalami ketidakpuasan yang kuat ketika tidak mendapatkannya (Thomaes et al., 2018). Di sisi lain, kebutuhan akan pujian adalah dorongan yang kuat pada individu narsistik. Mereka mendominasi percakapan, menciptakan kesan diri yang menawan, dan memilih pasangan yang mengagumi mereka. Oleh karena itu, kebutuhan akan pujian dan pengakuan terus-menerus menjadi bagian integral dari perilaku narsistik, mencerminkan ketidakstabilan dalam keyakinan akan superioritas mereka (Thomaes et al., 2018).

Untuk memperkuat dan mendukung fenomena tersebut, peneliti telah melakukan survei melalui penyebaran kuesioner. Hasil kuesioner menggunakan *g-form* menunjukkan 32 (tiga puluh dua) pengguna aplikasi media sosial Instagram diantaranya berusia 12-15 tahun sebanyak 3,1% (1 orang), 16-18 tahun sebanyak 3,1% (1 orang), 19-21 tahun sebanyak 28,1% (9 orang), 22-25 tahun sebanyak 18,8% (6 orang), 26-30 tahun sebanyak 6,3% (2 orang), 31-35 tahun sebanyak 12,5% (4 orang), 36-39 tahun sebanyak 3,1% (1 orang), dan yang

berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 25% (8 orang). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi media sosial Instagram di dominasi oleh remaja akhir yang berusia 19-21 tahun.

Hasil survei pada remaja berusia 12-15 tahun menunjukkan bahwa mereka menggunakan Instagram untuk berbagi kesehariannya supaya kelihatan up to date dan kekinian. Selain itu, mereka juga menggunakan Instagram untuk memposting foto dan video kesehariannya dengan memanfaatkan fitur Instagram story dan feed pada Instagram. Hasil survei pada remaja berusia 16-18 tahun menunjukkan bahwa mereka menggunakan Instagram untuk melakukan pengambilan foto atau video dengan fitur filter pada Instagram. Selain itu, mereka juga menggunakan Instagram untuk memposting foto dan video kesehariannya. Hasil survei pada remaja berusia 19-21 tahun menunjukkan bahwa mereka menggunakan Instagram untuk kegiatan yang lebih beraneka ragam. Mereka menggunakan Instagram selain untuk memposting foto dan video juga untuk melihat instastory teman, *life update* dari idola dan informasi-informasi terkini. Kegiatan lain yang mereka lakukan ketika menggunakan Instagram diantaranya adalah memposting foto dan video keseharian dengan tujuan menghibur diri, menambah teman, mengupdate status, mencari informasi dan berinteraksi dengan orang lain.

Hasil survei pada pengguna Instagram yang berusia 22-25 tahun menunjukkan bahwa mereka menggunakan Instagram untuk mencari informasi dan memposting video atau foto sebagai *life update* bagi orang-orang sekitar. Mereka juga menambahkan bahwa Instagram hanya mereka gunakan sebagai hiburan di tengah kesibukan mereka sehingga tidak banyak menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram. Hasil survei pada pengguna Instagram yang berusia 26-39 tahun menunjukkan bahwa mereka menggunakan Instagram untuk hiburan dan jarang menggunakannya untuk memposting foto atau video keseharian. Sedangkan hasil survei pada pengguna Instagram yang berusia 40 tahun keatas menunjukkan bahwa mereka menggunakan Instagram sebagai alat

mencari informasi mengenai kehidupan rumah tangga, seperti informasi kegiatan sekolah anak, kabar berita, dll. Selain itu, mereka juga menggunakan Instagram untuk mempromosikan dagangan mereka melalui postingan foto atau video yang mereka unggah. Pada rentang usia tersebut, pengguna jarang sekali memanfaatkan Instagram untuk memposting foto atau video keseharian mereka.

Berdasarkan survei tersebut menunjukkan bahwa pengguna aplikasi media sosial Instagram didominasi oleh remaja akhir berusia 19-21 tahun. Motivasi penggunaan Instagram bervariasi: beberapa remaja menggunakannya untuk berbagi keseharian, menunjukkan penampilan mereka, atau memamerkan kegiatan sehari-hari. Mereka merasa senang saat postingan mereka mendapat banyak respons positif, tetapi juga merasa sedih jika postingan mereka kurang mendapat perhatian. Beberapa dewasa menggunakan Instagram untuk hiburan, mencari informasi, atau dokumentasi pribadi. Respons terhadap postingan seperti dari interaksi juga bervariasi, dari merasa biasa saja hingga merasa sedih atau kecewa. Beberapa pengguna Instagram cenderung ikut memposting jika teman mereka juga memposting, tetapi tidak semua orang merasa perlu mengikuti tren tersebut. Kesimpulannya, motivasi dan reaksi terhadap penggunaan Instagram sangat bersifat individual, dipengaruhi oleh usia, kebutuhan pribadi, dan keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain.

Berdasarkan karakteristik narsistik dari 32 responden yang memenuhi karakteristik narsistik yaitu 7 responden, khususnya, tampaknya lebih umum pada remaja daripada pada orang dewasa. Hasil survei juga menunjukkan bahwa responden mengupload atau memposting sebanyak 5 sampai 10 kali konten dalam sebulan, baik itu foto *selfie*, video *reels*, *instastory* berisi foto diri pada akun Instagram mereka. Menurut (Paramboukis et al., 2016a), kecenderungan perilaku narsistik dapat dilihat melalui jumlah *posting* foto *selfie* dengan jumlah sekitar 4 atau 5 foto dalam 1 bulan. Tidak hanya melalui jumlah *posting* foto *selfie*, kecenderungan perilaku narsistik juga dapat dilihat melalui konten-konten lainnya dan tujuannya. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki

kecenderungan narsistik sesuai yang dijelaskan oleh Paramboukis et al., (2016). Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji hubungan antara narsisme dan aktivitas di media sosial. Ditemukan korelasi tinggi antara narsisme dengan frekuensi memposting gambar selfie dengan motivasi mencari perhatian. Penelitian lain juga konsisten bahwa narsisme individu memiliki hubungan dengan perilaku mempromosikan diri dan waktu yang dihabiskan untuk mengedit foto guna menciptakan gambar diri yang menarik (Moon et al., 2016). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa generasi milenial lebih cenderung menunjukkan dimensi pameran dan perilaku mempromosikan diri (Bergman et al., 2011). Apabila individu yang gemar memposting foto atau videonya, mereka akan dianggap sebagai individu yang narsis.

Awalnya Instagram dapat membantu individu dalam berkoneksi dan melalui tugas perkembangannya. Hanya saja berdasarkan fenomena diatas, terdapat kecenderungan narsistik yang dialami oleh pengguna Instagram sehingga tidak menggunakan Instagram sebagaimana fungsinya. Kecenderungan narsistik pengguna Instagram muncul ditandai dengan kebutuhan akan pujian yang berlebihan sehingga mereka memposting foto maupun video di Instagram tidak sesuai dengan kegunaan Instagram pada umumnya. Menariknya, ternyata gejala kecenderungan narsistik ditunjukkan oleh pengguna Instagram dalam berbagai rentang usia. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai gambaran kecenderungan narsistik pada pengguna Instagram ditinjau dari usia dan jenis kelamin.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini disusun berdasarkan tinjauan dari berbagai penelitian terdahulu yang dibuat oleh penelitian sebelumnya, berikut adalah paparan penelitian terdahulu:

Penelitian Pertama Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lengkong & Dewi, (2021) yang berjudul “*The Influence of Narcissism on Intensity of*

*Instagram Use in Generation Z*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan media sosial Instagram berpengaruh terhadap tingkat narsisme pada generasi Z. Sebanyak 384 pengguna aktif Instagram di Indonesia mengisi survei online dalam rentang usia 10 tahun - 25 tahun (generasi Z). Penelitian ini menggunakan intensitas penggunaan Instagram yang dikembangkan oleh Taqwa (2018) dan *Narcissistic Personality Inventory* - versi Likert (NPI-L) yang dikembangkan oleh Gentile (2013). Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana untuk memprediksi pengaruh narsisme terhadap intensitas penggunaan Instagram pada generasi Z. Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa terdapat pengaruh narsisme sebesar 3,9%, sementara 96,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sehingga individu menggunakan instagram.

Penelitian Kedua, dilakukan oleh Paramboukis et al., (2016) yang berjudul "*An Exploratory Study of the Relationships between Narcissism, Self-Esteem and Instagram Use*". Tujuan dari penelitian eksploratif metode campuran ini adalah untuk menguji hubungan antara narsisme, harga diri, dan penggunaan Instagram, dan dipicu oleh klaim media yang tidak terbukti tentang peningkatan narsisme akibat penggunaan berlebihan jejaring sosial. Sebanyak 200 partisipan menanggapi survei online yang terdiri dari *Five Factor Narcissism Inventory* (FFNI), skala harga diri Rosenberg, dan Kuesioner Penggunaan, Perilaku, dan Respons Afektif Instagram (IUBARQ) yang dibuat khusus untuk penelitian ini. Hanya ada sedikit bukti hubungan antara narsisme dan penggunaan Instagram, menunjukkan bahwa kekhawatiran media agak dibesar-besarkan. Namun, korelasi negatif antara narsisme yang rentan dan harga diri memerlukan pemeriksaan lebih lanjut.

Penelitian Ketiga, dilakukan oleh Choirunnisa et al., (2020) yang berjudul "*Gambaran Narsistik pada Remaja dan Implikasi bagi Konseling Kelompok*". Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perilaku narsistik siswa kelas VIII serta merancang program konseling kelompok sebagai langkah pencegahan

dan pengurangan perilaku narsistik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Sampel penelitian terdiri dari 181 siswa kelas VIII SMPN 3 Kota Serang yang dipilih secara acak. Perilaku narsistik diamati dari delapan aspek, termasuk perasaan megah dan egosentris, fantasi yang berlebihan, kebutuhan akan pengakuan, eksploitasi hubungan interpersonal, kurangnya empati, rasa iri, perilaku arogan dan sombong, serta keyakinan menjadi individu istimewa. Data dikumpulkan melalui penyebaran angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat narsistik siswa kelas VIII SMPN 3 Kota Serang tergolong rendah sebesar 13%, sedang sebesar 76%, dan tinggi sebesar 11%. Berdasarkan hasil ini, program konseling kelompok akan dirancang untuk mengatasi temuan tersebut.

Penelitian Keempat, dilakukan oleh Najib et al., (2018) yang berjudul “Swafoto Narsistik dan Harga Diri Remaja”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti korelasi antara swafoto narsistik dan harga diri remaja. Metode penelitian yang digunakan adalah observasional analitik cross-sectional dengan hipotesis bahwa terdapat hubungan antara swafoto narsistik dan harga diri remaja. Subjek penelitian adalah responden yang secara rutin mengunggah dua foto swafoto setiap minggunya melalui media sosial, dengan total 101 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive* sampling. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara swafoto narsistik dan harga diri remaja ( $\tau=.534$ , nilai  $p<.01$ ).

Penelitian Kelima, dilakukan oleh Zhang et al., (2023) yang berjudul “*Detecting Narcissism From Older Adults’ Daily Language Use: A Machine Learning Approach*”. Tujuan Penelitian ini adalah Narsisme telah dikaitkan dengan kualitas hubungan sosial yang buruk pada masa tua, namun lebih sedikit yang diketahui tentang bagaimana narsisme berkaitan dengan interaksi sosial harian orang dewasa tua. Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara narsisme dan penggunaan bahasa orang dewasa tua sepanjang hari. Adapun metode penelitiannya adalah peserta berusia 65-89 tahun ( $N = 281$ ) mengenakan perekam suara elektronik yang merekam suara ambient selama 30 detik setiap 7

menit selama 5-6 hari. Peserta juga mengisi skala *Narcissism Personality Inventory-16*. Kami menggunakan *Linguistic Inquiry and Word Count* untuk mengekstrak 81 fitur linguistik dari potongan suara dan menerapkan algoritma pembelajaran mesin terawasi (*random forest*) untuk menilai kekuatan hubungan antara narsisme dan setiap fitur linguistik. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Model *random forest* menunjukkan bahwa lima kategori linguistik teratas yang menunjukkan hubungan terkuat dengan narsisme adalah kata ganti jamak orang pertama (contohnya, kami), kata-kata terkait pencapaian (contohnya, menang, sukses), kata-kata terkait pekerjaan (contohnya, perekrutan, kantor), kata-kata terkait seks (contohnya, erotis, kondom), dan kata-kata yang menunjukkan keinginan (contohnya, ingin, butuh). Sehingga disimpulkan bahwa Narsisme mungkin terlihat dalam kehidupan sehari-hari melalui penggunaan kata dalam percakapan. Individu yang lebih narsistik mungkin memiliki hubungan sosial yang buruk karena komunikasi mereka menekankan pada diri sendiri dan pencapaian daripada afiliasi atau topik yang menarik bagi pihak lain.

Setelah peneliti menganalisa penelitian terdahulu, terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu banyak memaparkan mengenai korelasi antara penggunaan Instagram dan perilaku narsistik atau melihat perilaku narsistik terfokus pada salah satu tugas perkembangan saja seperti pada remaja atau individu dewasa. Pada penelitian ini, kecenderungan narsistik akan ditinjau pada pengguna instagram dan mengaitkannya dengan tugas perkembangannya secara keseluruhan yang melibatkan individu remaja hingga dewasa akhir sehingga mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai perbedaan dan kecenderungan perilaku narsistiknya pada pengguna instagram. Sehingga penelitian ini memiliki rumusan masalah “Bagaimana Gambaran Kecenderungan Narsistik pada Pengguna Instagram ditinjau dari Usia dan Jenis Kelaminnya?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan narsistik pada pengguna instagram ditinjau dari usia dan jenis kelamin.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait perkembangan media sosial khususnya pengguna Instagram dari berbagai usia.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan agar menggunakan instagram untuk keperluan adaptif. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui ciri-ciri atau gejala kecenderungan narsistik pada pengguna Instagram sehingga dapat lebih bijak lagi dalam menggunakan Instagram sesuai dengan fungsinya.