

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital ini perkembangan internet di Indonesia semakin melaju pesat dengan meningkatnya jumlah pengguna internet pertahunnya. Namun kini internet telah menciptakan kemampuan untuk mencari informasi. Seperti halnya *smarthphone*, salah satu bukti nyata dari perkembangan teknologi tersebut. Dalam *smarthphone*, terdapat berbagai fitur aplikasi modern yang dapat dinikmati oleh para pengguna *smarthphone*. Kehadiran dari *smartphone* ini memang mampu memberi berbagai manfaat dan kemudahan bagi penggunanya, khususnya bagi mahasiswa. (Daeng, 2017).

Media sosial merupakan salah satu fitur modern yang paling sering digunakan oleh para pengguna *smarthphone*, tak terkecuali di Indonesia. Bahwa pengguna *smartphone* itu menggunakan media sosial. Dilansir dari CNNIndonesia.com (Ikhsan, 2020) penelitian *We Are Social* (2020) menemukan rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna media sosial di Indonesia usia 16-64 tahun dalam mengakses media sosial mencapai 3 jam 26 menit per hari.

Media sosial adalah media *online* dengan para penggunanya (*user*) bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, *forum*, dan dunia *virtual* (Nurrahman dan Yulianti, 2019). Menurut Utari (2011) media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Arti seseorang dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya.

Media sosial digunakan untuk berkomunikasi, interaksi, saling berkiriman pesan (*chatting*), saling berbagi (*sharing*) dan membangun jaringan (*networking*). Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informasi RI tahun 2011 mengemukakan sebesar 64% pengguna media sosial di Indonesia adalah remaja. Media sosial yang populer di kalangan remaja adalah *line*, *path*, *Instagram*,

facebook, whatsapp, dan twitter.

Pengguna aktif *Instagram* memiliki ciri-ciri dalam bukunya (Atmoko, 2012) yang berjudul *Instagram Handbook*, yaitu berbagi foto atau video seperti membuat *snapgram*, *boomerang*, dan *live Instagram*, menggunakan *filter digital*, memakai *mention* atau *hashtag*, mendapatkan *like* atau *love*, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial *Instagram*.

Aplikasi *Instagram* individu dapat mengunggah foto atau video sesuai dengan apa yang diinginkan dengan harapan agar orang lain memberikan tanda suka (*like*) atau komentar yang ada di bawah foto atau video, ini menunjukkan bahwa keberadaan individu tersebut diterima dalam lingkungan sosial (Puspitasari, 2016) sehingga membuat individu dapat mengunggah terus menerus foto atau video ke *Instagram*.

Dilansir dari goodnewsfromindonesia.id (Iman, 2020), menurut data yang dirilis Napoleon Cat, pada bulan januari - mei tahun 2020, tercatat jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Adapun jumlah tersebut didominasi pengguna di usia produktif yaitu di rentang usia 18-34 tahun, dan diantaranya sebagian besar didominasi oleh pengguna wanita, yaitu sebesar 63% wanita cenderung lebih aktif menggunakan *Instagram*. Namun, menurut dilansir dari Tribunnews.com (Vania, 2016) berdasarkan survei penelitian yang dilakukan oleh suatu perusahaan *research* market dunia, Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia menjelaskan beberapa fakta data terkait pengguna *Instagram* di Indonesia. Menggunakan metode online survei, 506 pengguna *Instagram* di Indonesia dari analisis aktivitas dan behaviour TNS. Jenjang usia yang paling aktif menggunakan *Instagram* ialah orang berusia 18-24 tahun.

Dilansir dari Liputan6.com, (Sendari, 2019) memberitakan bahwa *Instagram* adalah sebuah aplikasi media sosial yang memiliki berbagai fitur menarik seperti *filter*, *Instagram story*, *IGTV* dan berbagai kemudahan lainnya. *Instagram* juga menjadi tempat untuk menyampaikan pesan melalui foto dan video yang kreatif, hanya dalam genggam tangan, pengguna bisa mengambil foto atau video, mengeditnya dengan berbagai *tools* dan *filter*, lalu mengunggahnya sekaligus. Hal-hal tersebut di atas membuat para pengguna *Instagram* kerap kali memposting hasil foto ataupun video ke dalam akun *Instagram* pribadi.

Media sosial *Instagram* kebanyakan individu melakukan presentasi diri dengan mengubah bentuk diri atau mempercantik foto dan bahkan ada yang menuliskan identitas berbeda dari aslinya untuk mendapatkan kesan yang mereka inginkan (Damayanti dan Purworini, 2018). Kehadiran media sosial *Instagram* di kalangan remaja menjadi sebuah fenomena yang menarik. *Instagram* merupakan aplikasi *sharing* foto yang meningkat popularitasnya sejak 2010, dengan lebih dari 500 juta pengguna aktif (A. Jackson, 2017).

Instagram memiliki berbagai macam fitur pendamping yang menarik seperti *Snapgram* dengan berbagai efek kamera dan fitur *Live*.

Banyak hal yang dipertimbangkan dalam diri pengguna mengenai penelitian dan pengguna lainnya, pada dengan tanggapan yang akan timbul, dan lain sebagainya. Individu dapat mempresentasikan diri melalui media sosial juga terdapat fitur umpan balik atau komentar. Fitur umpan balik atau komentar menjadi salah satu cara untuk melihat tanggapan orang lain terkait diri sendiri. Pengidentifikasian tersebut juga harus dilihat melalui konten media sosial *Instagram* seperti jumlah foto yang di posting sebanyak 4-5 foto dalam waktu 1 bulan, motif dan konten lainnya (Paramboukis, 2006). Melalui hal tersebut dapat diketahui bahwa pengguna media sosial *Instagram* memiliki kecenderungan narsistik namun harus didukung oleh faktor-faktor lain seperti konten dan motif penggunaan media sosial *Instagram* (Shania liang, 2021).

Jadi sebagaimana diketahui kecenderungan narsistik menurut Santrock (1999) pada dewasa muda merupakan masa transisi baik transisi secara fisik, intelektual, dan peran sosial. Apabila individu dewasa muda masih mengalami hal tersebut maka individu tersebut belum mampu menjalankan tugas sebagai individu dewasa muda atau berada pada tahap bermasalah. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan ternyata masih terdapat beberapa individu dalam rentang usia individu dewasa muda (20-40 tahun) yang berada pada tahap bermasalah yaitu kecenderungan narsistik.

Kecenderungan narsistik ini mengakibatkan individu menjadi tidak empati dengan sekitarnya bahkan tanpa disadari individu secara tidak langsung mengeksploitasi hubungan interpersonal dengan individu yang lain. Menurut Ardani (2011) kecenderungan narsistik adalah pola kepribadian yang didominasi oleh perasaan dirinya hebat, senang dipuji dan dikagumi serta tidak ada rasa empati. Perilaku kecenderungan narsistik merupakan perilaku yang penuh akan obsesi serta hasrat pada diri sendiri, egois dan tidak memperdulikan orang lain dalam memenuhi kepuasan, dominasi, dan ambisinya sendiri (Letari, Utami dan Ramadhani, 2020).

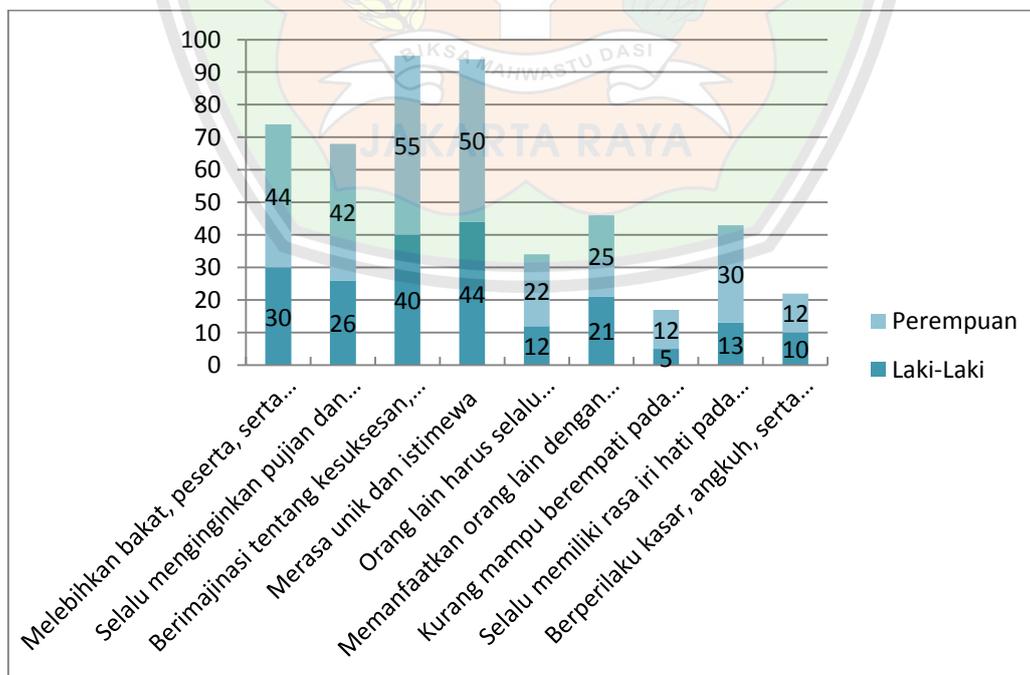
Dampak kecenderungan narsistik bukanlah hal yang baru dan asing lagi. Banyak dijumpai dewasa muda yang mengunggah foto-foto pribadinya di sosial media tersebut. Ada sebagian yang kadang-kadang saja mengunggah foto, namun ada pula yang sering melakukan pengunggahan. Perilaku kebiasaan mengunggah foto pribadi di instagram tersebut tentu bukan tanpa alasan. Tentu saja yang melakukan pengunggahan foto yang dilihat publik ingin mendapat perhatian dan tanggapan positif. Ingin dinilai cantik atau tampan atau menarik. Dalam anggapan masyarakat, kecenderungan narsistik hanya orang yang bangga terhadap

dirinya secara berlebihan dan tidak ada dampak negatif bagi diri sendiri atau bahkan merugikan orang lain (Hardika, Noviekayati dan Saragih, 2019).

Berdasarkan DSM-V (APA, 2013) seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik apabila dirinya mempunyai minimal lima dari sembilan ciri-ciri kecenderungan narsistik yaitu. Melebihkan bakat dan prestasinya, serta merasa menjadi yang paling hebat. Selalu menginginkan pujian dan keterpukauan terhadap orang lain. Berimajinasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kecantikan, serta ketenaran yang tak terbatas. Merasa unik dan istimewa hingga dirinya hanya mau menggauli orang-orang yang berkelas tinggi atau memiliki status yang tinggi. Orang lain harus selalu mengikuti keinginannya atau merasa bahwa dirinya berhak untuk mendapatkan perlakuan khusus. Memanfaatkan orang lain dengan tujuan mendapatkan apa yang ia kehendaki. Kurang mampu berempati pada perasaan orang lain. Selalu memiliki rasa iri hati pada kepemilikan dan kesuksesan orang lain. Berperilaku kasar, angkuh, serta congkak.

Selanjutnya peneliti melakukan survei kepada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang disusun berdasarkan DSM V (APA, 2013) dan jawaban dikelompokkan berdasarkan kriteria jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Adapun hasil survei yang telah di isi oleh 95 mahasiswa adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1 Hasil survey fenomena



Berdasarkan diagram survei di atas, maka dapat dijabarkan bahwa dari 95 responden ada sebanyak 30 mahasiswa dan 44 mahasiswi menjawab melebihi bakat, peserta, serta

merasa menjadi yang paling hebat. Sebanyak 26 mahasiswa dan 42 mahasiswi menjawab selalu menginginkan pujian dan keterpukauan terhadap orang lain. Sebanyak 40 mahasiswa dan 55 mahasiswi menjawab berimajinasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kecantikan, serta ketenaran. Sebanyak 44 mahasiswa dan 50 mahasiswi menjawab merasa unik dan istimewa. Sebanyak 12 mahasiswa dan 22 mahasiswi menjawab orang lain harus selalu mengikuti keinginan anda atau merasa bahwa anda berhak untuk mendapatkan perlakuan khusus. Sebanyak 21 mahasiswa dan 25 mahasiswi menjawab memanfaatkan orang lain dengan tujuan mendapatkan apa yang di kehendaki. Sebanyak 5 mahasiswa dan 12 mahasiswi menjawab kurang mampu berempati pada perasaan orang lain. Sebanyak 13 mahasiswa dan 30 mahasiswi menjawab selalu memiliki rasa iri hati pada kepemilikan dan kesuksesan orang lain. Sebanyak 10 mahasiswa dan 12 mahasiswi menjawab berperilaku kasar, angkuh, serta congkak.

Berikut fenomena yang dikaitkan pada aspek kecenderungan narsistik tersebut. Dilansir dari Detik.com (2020) selebgram atau model asal Jerman yang bernama Kate Merlan saking sukanya dengan *filter Instagram*, untuk mewujudkan *filter* tersebut menjadi mentatto bintik-bintik di wajahnya mirip seperti efek *freckles* yang ada di *Instagram story*. Merlan mengonfirmasi mengenai tatto tersebut agar terlihat lebih muda dan unik. Jadi, fenomena ini dapat dikatakan pada aspek kecenderungan narsistik yaitu *authority*, dapat disimpulkan ingin terlihat mendominasi sebagai perannya sebagai selebgram atau model atau mengambil keputusan sendiri sangat sukanya *filter* efek *freckles* di *Instagram* sampai nekat mentatto wajahnya agar bisa terlihat lebih muda dan unik demi tampil atau *live* dari unggahan *story* seperti di *filter Instagram* tersebut.

Dilansir dari Liputan6.com (2020) Nikita Mirzani mengunggah ke akun Instagram terverifikasi miliknya, data kekayaannya dengan mengutip data dari situs *celebtrendshow*. Data tersebut menampilkan nama depan, nama belakang, profesi, umur, zodiac, tempat tanggal lahir dan kewarganegaraan. Berdasarkan data *Wikipedia*, *forbes*, *IMDb*, dan berbagai sumber *daring*, kekayaan artis film terkenal Nikita Mirzani sekitar 1,23 triliun setara dengan 88 juta dollar AS di usia 33 tahun. Estimasi kekayaan Nikita Mirzani seperti honor, pendapatan, mobil, gaya hidup pada 2019 sampai 2020, mengunggah data ini ia tak menulis status teks panjang lebar “*Door*” tulis pelantun “Selalu Salah” dan “*Baby I Hate You*” sembari memberi *emoticon* wajah berpesta. Jadi, fenomena ini dapat dikatakan pada aspek kecenderungan narsistik yaitu *self sufficiency* dan *superiority* dapat disimpulkan memiliki kemampuan diri yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Aspek ini juga sejalan

dengan ketegasan, kemandirian, kepercayaan diri dan kebutuhan untuk berprestasi. memiliki perasaan bahwa dirinya yang paling baik, hebat dan sempurna.

Dilansir dari Liputan6.com (2016) Justin Bieber selebriti pria terpopuler di *Instagram* dengan jumlah *followers* sebanyak 62.4 juta pengguna. Jumlah foto yang telah diunggah Bieber mencapai 3.257 foto. Sering mengunggah foto narsisnya memamerkan tubuh atletisnya melalui foto yang ia unggah, membuat para netizen yang melihatnya pun sontak 'menjerit'. Ia bisa membuktikan bahwa hobi foto-foto narsis tidak hanya bisa dilakukan oleh kaum hawa, tetapi juga kaum adam seperti dirinya, salah satu selebriti laki-laki yang masuk ke dalam urutan pengguna *Instagram* paling populer narsis di *Instagram*. Jadi, fenomena ini dikatakan pada aspek kecenderungan narsistik yaitu *ekshibitionism*, lebih sering memperlihatkan penampilan fisiknya supaya mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap identitas dirinya. Contohnya seperti seseorang kerap melakukan foto *selfie* supaya dapat dilihat dan di sanjung oleh orang yang melihatnya. Dapat disimpulkan selebriti atau penyanyi terkenal Justin Bieber sering mengunggah foto di *Instagram* narsisnya memamerkan tubuh atletisnya atau penampilan fisiknya supaya mendapatkan pengakuan dari orang lain, ingin dilihat dan di sanjung oleh orang yang melihatnya.

Dilansir dari Kompas.com (2021) aktor yang bernama Aldiansyah Taher banyak diperbincangkan publik karena perilaku di media sosial *Instagram*. Sering menyindir menandai sejumlah artis di setiap unggahannya lewat lagu ciptaannya, tingkahnya mengundang reaksi warganet hingga artis lainnya ada yang mencibir, menghujat, hingga menganggap sebagai hiburan. Beberapa artis kesal dengan tingkah yang dinilai menyebalkan itu seperti Deddy Corbuzier hingga Uus. Jadi, fenomena ini dikatakan pada aspek kecenderungan narsistik yaitu *eksploitativeness*, dirinya akan menggunakan orang lain sebagai sarana untuk menaikkan harga dirinya. Seperti merendahkan orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari orang lain. Dapat disimpulkan dari pernyataan beberapa artis salah satu aktor Aldi Taher karena perilaku yang dinilai menyebalkan sering menyindir, menandai atau menggunakan artis lewat ciptaan lagunya di unggahan postingan *Instagram* pribadinya seperti merendahkan orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari orang lain supaya kariernya ingin hidup kembali di dalam dunia hiburan *public figure* tersebut.

Berdasarkan dari laman berita wolipop.detik.com (2019) seorang sutradara film yang bernama Livi Zheng mengaku kedua filmnya berjudul '*brush with danger*' dan '*Bali beats of paradise*' berhasil masuk seleksi oscar. Diundang sebuah program stasiun televisi swasta, dalam acara tersebut Livi mengelak semua tuduhan dan berusaha membuktikan pengakuannya yang kemudian mendapat pernyataan pedas dan menyudutkan. Sutradara itu

pun tidak bisa menerima kritikan dari para bintang tamu, ia juga dianggap narsis di unggahan media sosial *Instagram* karena dianggap melebih-lebihkan prestasi. Jadi, fenomena ini dikatakan pada aspek kecenderungan narsistik yaitu *vanity*, kurang dapat menerima masukan atau sudut pandang dari orang lain terhadapnya atau dapat dikatakan bahwa dirinya memiliki sifat sombong, keras kepala atau angkuh. Dapat disimpulkan seorang sutradara inisial LZ pada saat diundang sebuah program stasiun televisi swasta, mengaku kedua filmnya berhasil masuk seleksi oscar. Ia mendapat pernyataan dan menyudutkan dari para bintang tamu tersebut dikarenakan kurang dapat menerima masukan sudut pandang orang lain terhadap dirinya atau tidak bisa mendapat kritikan dari bintang tamu dan melebih-lebihkan prestasi, jadi dapat dikatakan bahwa dirinya memiliki sifat sombong, keras kepala atau angkuh terhadap prestasi yang ia dapat.

Dilansir dari *Tribunnews.com* (2021) Nia Sachi mengaku senang foto menggunakan pakaian seksi dan memamerkan lekuk tubuhnya yang diunggah di akun media sosial *Instagram* nya. Hal tersebut yang dilakukan hanya karena sebatas kesenangan dan ingin narsis meskipun mendapatkan komentar negatif. Jadi, fenomena ini dikatakan pada aspek kecenderungan narsistik yaitu *entitlement*, dirinya akan lebih cenderung untuk memilih sesuai dengan kemauan dirinya tanpa memperhatikan lingkungan di sekitarnya meskipun itu akan membuatnya mendapat pertentangan dari orang sekitarnya. Dapat disimpulkan melalui unggahan foto pakaian seksi dan memamerkan lekuk tubuhnya di *Instagram*, sesuai dengan kemauan dirinya terhadap sebatas kesenangan dan ingin narsis tanpa memperhatikan lingkungan di sekitarnya, walaupun mendapat komentar negatif atau pertentangan dari orang lain. Sehubungan dengan aspek yang dijelaskan, beberapa fenomena oleh pengguna *instagram* dari unggahan atau postingan foto tentang penampilan, pakaian atau aksesoris yang mereka kenakan, foto tentang hasil atau nilai tes terbaik yang mereka dapatkan, foto buku-buku ensiklopedia yang sedang dibaca, maupun foto mengenai penghargaan atas keberhasilan yang ditujukan untuk mendapatkan pujian dan pengakuan dari orang lain.

Hasil wawancara peneliti dari delapan orang subjek yang merupakan mahasiswa Universitas Bhayangara yang aktif di *Instagram*. Subjek pertama yaitu perempuan inisial FH mengatakan bahwa sering memposting di *instagram* dilakukan untuk mempersuasi *followers* sehingga tertarik berbondong-bondong dan menggunakan jasanya. Wawancara dengan subjek kedua yaitu laki-laki inisial MS yang sering memposting foto di *Instagram* dalam sebulan minimal 10-15 kali kalo lagi ditempat tongkrongan atau dilingkungan kampus karena ingin memberikan motivasi kepada *followers* atau teman dekat kadang-kadang mendapat komentar yang positif ataupun negatif.

Wawancara dengan Subjek ketiga yaitu perempuan inisial S mengatakan sering memposting foto di *Instagram* karena ingin menjadi *selebgram* sehingga bisa menghasilkan uang melalui tawaran *endorse*. Wawancara dengan Subjek keempat yaitu laki-laki inisial H mengatakan biasanya buka *Instagram* bisa sampai 8 kali selama 1 hari totalnya ada 1 jam. Untuk menyenangkan diri, karena bisa mengupload aktivitas kita di lingkungan kampus, untuk menghilangkan kebosanan, dan mendapat komentar positif maupun negatif dari orang kalo gua buat *story* gitu. Dalam 1 bulan aku bisa 3 atau 5 kali ganti foto profil di *Instagram*, soalnya aku mau mencoba fitur-fitur baru di *Instagram* supaya gak bosan.

Wawancara dengan Subjek kelima yaitu laki-laki inisial C mengatakan selama 1 hari bisa menghabiskan waktu 10 sampai 15 jam menggunakan *Instagram*. Memposting *story* di *Instagram* bisa 10 sampai 15 kali misalnya lagi nongkrong di tempat yang unik bersama teman, kemudian memposting beberapa makanan yang bagus di *Instastory* saya. Alasan saya memposting yaitu untuk menarik perhatian pengikut saya serta bisa memberikan dampak positif di sekeliling saya. Selama 1 minggu saya bisa memposting lebih dari 5 kali. Wawancara dengan Subjek keenam yaitu perempuan inisial D mengatakan waktu lagi cantik, aku sering *upload story* foto dari kamera depan dan belakang juga bang, supaya dilihat dan dikomen teman kampus ataupun teman *Instagram* bang. Banyak yang komen aku cantik, manis, pintar *bermakeup* dan ada kesenangan tersendiri dan menjadi motivasiku. banyak temanku yang muji aku cantik bang. Selama 1 hari ada 2 sampai 4 kali bang. Selama 1 minggu ada 10 kali memposting foto dan kalo posting foto aku pilih sesuai yang aku suka walaupun nanti ada teman yang bilang jelek.

Wawancara dengan Subjek ketujuh yaitu perempuan inisial R mengatakan manfaat *Instagram* supaya banyak yang nge *like* dan aku jadi merasa bangga karena banyak yang suka sama postingan ku, banyak yang *follow* jadi merasa kaya artist. Selama 1 hari ada 3 kali sampai 5 kali aku buat *story* di *Instagram*, yang komen ada 2 sampai 5 orang yang komen *story* ku. Isi komentarnya ada yang bilang imut, jago *makeup*. Perasaanku gembira kalo dikasih komentar positif, merasa punya banyak penggemar juga, jadi semangat belajar *makeup* supaya bisa di puji. Ada yang berkomentar buruk yang bilang sok cantik, kecentilan, sok imut, udah gk usah *selfie* lagi *makeup* mu gak bagus. Perasaanku sebenarnya sakit hati dikomen *negatif* tapi udah gak peduli aku dan tetap banyak aku buat *story*, karena ada *followers* ku yang mau mendukung dan suka sama foto ku. Wawancara dengan subjek kedelapan yaitu perempuan inisial E mengatakan dalam 1 hari ada 5 sampai 10 kali buat *instastory* tentang aktivitas keseharianku dan *selfie* supaya mendapat komentar positif *story* ku

yang bikin perasaanmu senang ada yang bilang kalo aku itu imut, unik, rajin kalo lagi buat *story* belajar, walau ada yang komentar negatif yang menjatuhkan mental.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang kecenderungan narsistik pengguna aktif *Instagram* pada mahasiswa karena berdasarkan fenomena yang ada, setiap individu memiliki kecenderungan narsistik aktif menggunakan media sosial *Instagram* pada mahasiswa. Dan dikuatkan oleh beberapa penelitian yang mempunyai hasil yang berbeda satu sama lain, sehingga membuat peneliti tertarik melakukan penelitian ini lebih lanjut lagi terkait dengan variabel “Perbedaan Kecenderungan Narsistik Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Pengguna Aktif Media Sosial *Instagram* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut: seberapa besar perbedaan kecenderungan narsistik pada pengguna aktif *Instagram* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ditinjau dari jenis kelamin?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kecenderungan narsistik pada pengguna aktif *Instagram* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ditinjau dari jenis kelamin.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian keilmuan psikologi khususnya bidang psikologi klinis dan psikologi sosial berkaitan dengan fenomena kecenderungan narsistik dalam ranah media sosial *Instagram*.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang perilaku kecenderungan narsistik.
- b. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat menjadi kajian untuk peneliti selanjutnya.

1.5 Keaslian Penelitian

1. Penelitian yang dilakukan Riyanita dan Supradewi (2019) berjudul “**Hubungan Antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Pengguna Media Sosial *Instagram* Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang**” menunjukkan tidak

ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 211 mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tempat, subjek, fenomena dan judul.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kembaren Dianelia R. Sembiring (2017) yang berjudul **“Hubungan Antara Kesepian dan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Jejaring Sosial Media *Instagram*”** pengguna jejaring sosial *Instagram* pribadi minimal 90 foto, aktif dalam mengakses akun *Instagram* dengan rata-rata akses 1-2 hari sekali. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Subjek penelitian 65 partisipan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kesepian dengan kecenderungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media *Instagram*. Penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tempat, subjek, fenomena dan judul.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Permadi, Noviekayati dan Meiyuntariningsih (2019) berjudul **“Hubungan Antara *Risk Taking Behavior* dan Harga Diri dengan perilaku Narsistik Remaja Pengguna Instagram Ditinjau dari Tipe Kepribadian”** menunjukkan harga diri memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku narsistik remaja. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 138 remaja yang berkisar 12- 24 tahun dan merupakan pengguna aktif *instagram* dalam 1 tahun terakhir. Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tempat, subjek, fenomena, judul dan variable bebas

4. Penelitian Dewi dan Ibrahim (2019) berjudul **“ Hubungan *Self-Esteem* (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMA”** menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dengan perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Subjek penelitiannya 50 siswa SMA Negeri 1 Gunung Talang Kabupaten Solok. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tempat, subjek, fenomena dan judul.

5. Penelitian Fatmasari Widyastuti (2017) yang berjudul **“Perbedaan Tingkat Kecenderungan Narsistik pada Siswa Introvert dan Ekstrovert di SMA PIRI 1 YOGYAKARTA”** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat kecenderungan narsistik pada siswa introvert dan ekstrovert di SMA. Metode yang digunakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitiannya 127 siswa kelas X, XI, XII SMA PIRI 1

YOGYAKARTA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan kecenderungan narsistik pada siswa introvert dan ekstrovert tingkat narsistik pada siswa introvert lebih tinggi dari siswa ekstrovert. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tempat, subjek, fenomena dan judul.

6. Penelitian Ulya Rahmanita (2010) berjudul **“Perbedaan Kecenderungan Narsistik antara Laki-laki dan Perempuan Pengguna Jejaring Sosial *Instagram*”** penelitian ini bertujuan untuk menemukan perbedaan kecenderungan narsistik antara laki-laki dan perempuan. Metode yang digunakan penelitian kuantitatif. Subjek 120 orang 60 orang laki-laki dan 60 orang perempuan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kecenderungan narsistik antara laki-laki dan perempuan pengguna jejaring sosial *Instagram*. Penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tempat, subjek, fenomena dan judul.

7. Penelitian Shania Liang (2021) berjudul **“Kecenderungan Perilaku Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*”** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik. Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Subjek penelitian 130 responden. Hasil penelitian ini bahwa ada hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik pada mahasiswa. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tempat, subjek, fenomena, judul.