

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat dari penelitian.

1.1 Latar Belakang

Individu banyak mengubah diri untuk terlihat lebih positif dari biasanya, menekankan hal-hal baik tanpa berfokus pada aspek yang lebih negatif (Connolly, Palmer, Barton, & Kirwan, 2016). Fenomena dimana individu berbagi aspek diri untuk menggambarkan citra tertentu dikenal dengan istilah *self presentation* (Fullwood dkk, 2020). *Self presentation* memberikan kesempatan bagi individu untuk bereksperimen dengan versi diri berbeda sebagai bagian dari pengembangan identitas tetapi juga untuk mengelola bagaimana orang lain memandang mereka (Fullwood dkk, 2020).

Self presentation pertama kali dikemukakan oleh Goffman (1959) yakni terdiri dari kesan yang diproyeksikan individu melalui cara langsung, dan kesan yang diberikan melalui komunikasi non-verbal tidak langsung juga penampilan visual. *Self presentation* dilakukan oleh seseorang untuk membuka hubungan bersama orang lain melalui pengungkapan diri (*self disclosure*) dengan alasan agar dapat diterima secara baik oleh sekitarnya (Kusumasari & Hidayati, 2014), walau tidak semua individu dapat mempresentasikan diri sesuai dengan keadaan sebenarnya (Azis, 2017).

Individu cenderung menampilkan versi ideal dari diri mereka sendiri secara *real life*, media sosial lebih memungkinkan individu untuk menciptakan identitas ideal yang terlihat berbeda dari identitas pada kehidupan nyata (Turkle, 1995; Mendelson & Papacharissi, 2010). Menurut teori *hyperpersonal model*, dunia *online* memiliki berbagai kemudahan yang memungkinkan individu untuk secara selektif menampilkan diri (Walther, 1996). Fullwood (2015) menjelaskan beberapa faktor yang membuat perbedaan pada media sosial dan kehidupan nyata diantaranya: anonimitas,

penampilan fisik, kecepatan interaksi dari waktu ke waktu, kemudahan menemukan orang lain yang serupa dengan diri individu, serta konten yang dihasilkan.

Baru – baru ini, munculnya fenomena *second account* di media sosial *instagram* terkait dengan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman (1959) dalam bukunya yaitu *The Presentation of Self in Everyday Life* yang menjelaskan dalam menjalani hidup seseorang akan memiliki dua sisi yang disebut *front stage* (tempat dimana individu ingin menampilkan sosok dirinya sebaik mungkin) dan *backstage* (tempat dimana individu menyembunyikan identitas personalnya). Oleh karena itu, tampak bahwa setiap tindakan dan perilaku yang ditampilkan para pengguna *instagram* merupakan bentuk dari *self presentation*.

Salim, Rahardjo, Tanaya, dan Qurani, (2017) mengatakan bahwa dari sekian banyak situs yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, salah satu media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat sejak awal berdirinya hingga saat ini, yaitu *instagram*. Kemunculan media sosial didukung dengan terus berkembangnya jumlah pengguna setiap hari, oleh karena itu dapat diketahui betapa pentingnya internet bagi kehidupan (Nasrullah, 2015). Riset yang dilakukan oleh DataReportal (2022) mengatakan sebanyak 191,4 juta setara dengan 68,9% dari total populasi di Indonesia mengakses media sosial pada bulan Januari. Selama tahun 2021 hingga 2022, pengguna media sosial di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 21 juta (+12,6%).

Berlandaskan laporan yang di terbitkan bulan Maret oleh *Napoleon Cat* (2022), sebanyak 106,9 juta setara dengan 38,6% dari total populasi adalah pengguna aktif *instagram*. Mayoritas pengguna *instagram* di Indonesia berada pada kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 39,60 juta. Secara khusus, sebanyak 52,2% pengguna *instagram* merupakan perempuan dan 47,8% adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *instagram* didominasi oleh kalangan yang umumnya memiliki rentang usia 18-24 tahun.

Sementara itu, Databoks (2022) telah mempublikasikan hasil survei yang diperoleh dari *We Are Sosial* yang menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet dapat menghabiskan waktu ekstra selama 60 menit hingga 180 menit per hari untuk mengakses media sosial seperti *instagram*. Dari seluruh kelompok usia, pengguna media sosial dengan rentang usia 16 – 24 tahun memiliki durasi terlama dalam mengakses. Pada kelompok usia ini, perempuan memiliki rata-rata mengakses media sosial selama 193 menit/hari, sedangkan laki-laki selama 163 menit/hari (Databoks, 2022).

Mahasiswa termasuk bagian dari masa transisi menuju dewasa awal atau beranjak dewasa. Individu yang berumur dimulai dari 18 tahun hingga sekitar 40 tahun berada pada masa dewasa awal (Hurlock, 1980). Arnett (dalam Santrock, 2018) menyebutkan salah satu ciri dari individu yang beranjak dewasa yaitu eksplorasi identitas. Saat menggunakan media sosial, individu berkemampuan untuk menciptakan diri, relasi, interaksi, komunitas, dan identitas (Sari dan Irena, 2019). Hal ini membuktikan bahwa media sosial seperti *instagram* dapat dijadikan wadah eksplorasi identitas oleh mahasiswa.

Dewi dan Janitra (2018) mengungkapkan fenomena yang menarik terkait *instagram* adalah setiap pengguna memiliki perbedaan dalam berinteraksi dan memperlakukan akunnya. Di Indonesia, fitur *instagram stories* sering digunakan sebagai kreativitas, konten otentik, kebebasan berekspresi. Sedangkan *feeds* *instagram* sering digunakan untuk mengunggah keindahan visual, kreativitas, dan konten yang membangkitkan semangat (Instagram, 2018).

Salah satunya, fitur *add yours* memungkinkan penggunanya untuk mengikuti tantangan seperti “*variasi nama panggilan kamu*”, “*berapa umur kamu*”, “*tanggal lahir*”, namun hal itu dapat menjadi celah penipuan. Hal ini juga diungkapkan salah satu akun *twitter* bahwa rekannya tertipu dan dimintai sejumlah uang untuk ditransfer lantaran penipu memanggilnya dengan nama panggilan akrab yang diduga diketahui penipu melalui fitur *add yours* di *instagram* (cnnindonesia.com, 2021).

Pada *instagram*, pengguna dapat menampilkan diri secara visual seperti gambar atau video atau melalui teks. Meskipun demikian, presentasi visual adalah yang paling dominan di *instagram* karena tidak mungkin individu mengunggah tanpa adanya gambar (Salim, Rahardjo, Tanaya, & Qurani, 2017). Wendt (2014) mengungkapkan bahwa individu yang beranjak dewasa demikian menganggap bahwa berpose dan mengunggah foto-foto ke *instagram* adalah sesuatu yang normal sehingga unggahan *selfie* pada *instagram* tentunya meningkat. Banyaknya unggahan *selfie* di *instagram* sering dikaitkan dengan kecenderungan narsistik dan harga diri (Pineiro, 2016). Mengunggah *selfie* saat ini merupakan mode populer untuk secara sadar membangun *self presentation* visual (Vaate, 2018). Nilsson (2016) menambahkan penggunaan *filter*, serta menggunakan beberapa gaya yang menarik pada sudut tertentu merupakan beberapa contoh upaya untuk meningkatkan ekspresi dan nuansa foto di *instagram*.

Survei yang dilakukan oleh perusahaan kosmetik asal Inggris Uvence terhadap 2.069 responden mengenai *filter* di media sosial, sebanyak 37% mengatakan mereka lebih menyukai wajah yang ditambahkan *filter* daripada wajah asli mereka (detik.com, 2021). Mengedit foto menjadi lebih estetik sudah menjadi suatu kewajiban bagi pengguna *instagram*. Secara tidak sengaja, foto yang diunggah tersebut menjadi ajang kompetisi untuk terlihat lebih glamor, membandingkan aktivitas pribadi antar individu, memamerkan pakaian atau makanan, hingga menampilkan pesona palsu foto yang telah ditambahkan *filter* kepada pengguna lainnya (Kompas.com, 2018).

Selain itu, *instagram* juga memiliki fitur *multiple account*, dimana pengguna dapat memiliki dua akun atau lebih pada satu aplikasi *instagram* yang dikenal dengan sebutan *second account* (Dewi & Janitra, 2018). *Second account* sering digunakan sebagai alterego untuk menggantikan sosok karakter individu di akun utamanya. HAI melaporkan survei yang melibatkan 300 responden dengan hasil bahwa sebanyak 46% responden memiliki akun kedua, dan 60% dari mereka yang memiliki akun kedua, punya dua akun alter lain, kemudian lebih dari setengahnya mengakui bahwa akun kedua bersifat

pribadi dan tidak mengungkapkan identitasnya kepada yang bukan *followers* (grid.com, 2018). Hal ini memungkinkan individu untuk memerankan banyak identitas (Dewi & Janitra, 2018).

Pada kehidupan sehari hari, identitas yang ditafsirkan individu agak dibatasi karena mereka tidak dapat mengklaim identitas yang tidak sesuai dengan penampilan fisik mereka (misalnya, bentuk tubuh). Meskipun demikian, berbeda untuk lingkungan sosial *online* seperti *instagram* di mana mode produksi identitas baru telah muncul (McKenna, Green, & Gleason, 2002). Hal ini membuka peluang baru bagi individu untuk mengeksplorasi identitas yang berbeda, misalnya dengan menciptakan citra diri yang diidealikan. Seperti contoh kasus *self presentation* di Inggris, seorang pria yang memiliki pengikut lebih dari 50.000 di *instagram* menghabiskan waktu selama tiga jam untuk memilih kurang lebih 200 foto *selfie* terbaiknya untuk diunggah, bahkan mengoperasi beberapa bagian wajahnya seperti pipi, bibir, dan dagu agar terlihat lebih tampan (liputan6.com, 2018).

Sebelumnya, untuk memeroleh gambaran yang lebih lengkap peneliti telah melakukan wawancara kepada empat orang yang merupakan mahasiswa pengguna *instagram*. Subjek berinisial TSD (21 tahun) gemar membuat video dirinya yang sedang menari dan foto *selfie*, tidak lupa juga menambahkan *filter* pada unggahannya karena dapat membuatnya terlihat lebih cantik, dan lebih percaya diri. Selain itu TSD mengatakan apa yang ditampilkan di *instagram* dengan di *real life* berbeda, ia adalah seorang yang pemalu. TSD berpendapat bahwa mengunggah foto adalah hal yang menyenangkan, sehingga TSD dapat lebih menunjukkan eksistensinya di *instagram*. TSD beberapa kali mengikuti *trend replay* “*add yours*” karena ingin *eksis* melalui *trend* tersebut.

Sementara itu, subjek berinisial AAS (22 tahun) yang menceritakan bahwa dirinya merasa senang jika ada yang memuji fotonya di *instagram*. Menurutnya hal itu meningkatkan percaya diri karena AAS adalah orang yang tidak terlalu percaya diri. AAS lebih suka mengunggah di *story* karena ia dapat mengetahui seberapa banyak yang melihat fotonya dan merasa puas jika

jumlah penontonnya banyak. AAS juga kerap mengikuti *trend replay* “add yours” karena menurutnya *trend* tersebut menarik, lucu, dan menggemaskan untuk diikuti.

Lain halnya dengan yang diungkapkan subjek berinisial GG (21 tahun), alasan GG mengedit foto yang akan diunggahnya agar lebih menarik untuk dilihat. GG menjelaskan bahwa hal-hal yang ia unggah adalah hobi yang disukainya, seperti tentang *game* dan modif kendaraan. Sesekali GG mengunggah foto diri dengan beberapa *outfit* bermerek yang dikenakan sebagai bentuk apresiasi dirinya. GG akan menghapus beberapa foto di *feeds* yang menurutnya sudah “*jadul*” dan kurang layak dipajang.

Berbeda dengan subjek berinisial DCP (22 tahun) yang menjelaskan aktivitasnya di *instagram* yakni mengunggah video *travelling* dan foto estetik. DCP menyukai jika unggahannya mendapat banyak *likes* dan dipuji, karena untuk *branding* dirinya agar dikenal lebih luas dan membuatnya termotivasi untuk mengupload lebih banyak foto. DCP akan mengunggah foto dirinya agar memikat daya tarik orang lain, ia kerap juga memanipulasi foto yang akan diunggahnya agar terlihat bagus dengan memberikan *filter*. Menurut DCP unggahannya layak untuk memeroleh banyak tanggapan dari orang-orang karena memiliki daya tarik untuk dikomentar.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, terlihat bahwa masing-masing subjek memiliki perilaku *self presentation* yang berbeda-beda. Tiga dari empat subjek mengatakan memiliki lebih dari satu akun *instagram*. Peneliti juga melakukan survei kepada 31 responden pengguna *instagram* dengan hasil 16% mengatakan hanya memiliki satu akun, 52% dengan dua akun *instagram*, dan terakhir 32% dengan lebih dari dua akun *instagram*. Beberapa akun digunakan sebagai akun *spam* foto *selfie* dan *stalking*.

Fullwood (2019) mengemukakan bahwa ada empat aspek dari perilaku *self presentation*. Pertama, *ideal self* yang merupakan sejauh mana individu dapat menunjukkan versi diri idealnya di media sosial. Fullwood, James, dan Wilson (2016) mengutarakan bahwa individu yang memiliki rasa

percaya diri kurang stabil akan lebih cenderung bereksperimen dengan menyajikan *self-presentation* yang ideal. Seorang transgender berinisial LL (32 tahun) melakukan operasi plastik agar terlihat mirip dengan *Idol K-Pop* sehingga memeroleh banyak pujian dari *netizen* di *instagram* (suara.com, 2022).

Kedua, *multiple selves* yakni menggambarkan bagaimana individu menyajikan citra diri yang berbeda di media sosial. Sangat memungkinkan bahwa media sosial telah memberikan kebebasan untuk mencoba persona yang berbeda dan melihat bagaimana perasaan individu (Fullwood, James, & Wilson, 2016). Menurut Fullwood dkk (2020), untuk tampil secara *online* orang dewasa cenderung mengeksplorasi dan memanipulasi dirinya. Salah satu fitur yang berdampak pada *self presentation* yaitu anonim, studi yang dilakukan oleh Kaspersky terhadap 1240 responden pengguna media sosial di Asia Pasifik (APAC) melaporkan bahwa kebanyakan responden menggunakan akun anonim agar dapat memiliki kebebasan berbicara tanpa memengaruhi reputasinya, serta keinginan mencerahkan isi hati dan minat individu yang tidak diketahui orang lain (mediaindonesia.com, 2020).

Ketiga, *consistent self* adalah konsistensi perilaku individu antara di media sosial dengan kehidupan sehari-hari. Fullwood, James, dan Wilson, (2016) menambahkan bahwa banyak individu menampilkan diri di media sosial kurang lebih konsisten dengan kehidupan nyata mereka. Hasil survei yang dilakukan oleh *instagram* terhadap 10.000 pengguna aktif di Brasil, Indonesia, UK, USA adalah bahwa rata-rata responden memakai *instagram stories* dalam dua situasi. Pertama, untuk melihat aktivitas orang lain saat itu, yang mengindikasikan fungsi *story* sebagai pendekatan antar individu secara *real time*. Kedua, individu dapat mengunggah konten *autentik* tanpa *filter*, misalnya berupa momen keseharian (*Instagram*, 2018).

Terakhir, *online presentation preference* yang menggambarkan sejauh mana individu lebih suka menampilkan dirinya di media sosial dibandingkan pada kehidupan aslinya. Beberapa individu mungkin menggunakan media sosial sebagai kompensasi untuk mengekspresikan sisi

diri yang mereka rasa kurang mampu mengekspresikannya di kehidupan sehari-hari (Fullwood dkk, 2020). *Pew Internet & American Life Project* melaporkan bahwa 54% pengguna internet memiliki kebiasaan mengunggah swafoto (*selfie*) mereka di media sosial (goodnewsfromindonesia.com, 2020). Berdasarkan aspek yang telah diuraikan diatas, terlihat bahwa ketika individu tidak yakin bagaimana orang lain memandang dirinya, pilihan yang paling masuk akal adalah memilih jenis *self-presentation* yang akan memenangkan hati orang lain dan meningkatkan popularitas individu di seluruh media sosial (Fullwood, James, & Wilson, 2016).

Disisi lain, *self-presentation* yang berlebihan dapat memunculkan dampak psikologis, yaitu terciptanya citra diri negatif individu jika tidak dapat menerima dirinya yang sebenarnya (Rarasati, Hudaniah, & Prasetyaningrum, 2019). Selain mengunggah foto atau video, individu dapat berbagi hal lainnya seperti data pribadi hingga berbagi cerita atau curhat yang seharusnya tidak tepat untuk dikonsumsi publik, hal ini disebut sebagai *oversharing*. Hal ini juga berdampak pada timbulnya pencurian identitas, seperti yang dilakukan seorang pria berinisial RK menggunakan foto orang lain berinisial DS, kemudian membuat akun *instagram* palsu untuk memfitnah Gubernur Jawa Barat (apahabar.com, 2022) .

Dampak lainnya, anonimitas, manipulasi identitas, *cyberhate*, dan *cyber-bullying* (Rarasati, Hudaniah, & Prasetyaningrum, 2019). Suarabekaci.id (2021) melaporkan bahwa sebuah akun *instagram* mengaku sebagai Bareskrim Polres Kota Bekasi dengan *username* @bareskrimkotabekasi dan melakukan pemanggilan terhadap salah satu korbannya secara *online*. Hal ini memungkinkan bahwa *instagram* dapat memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk melakukan manipulasi identitas.

Sejalan dengan yang dikemukakan Fullwood (2019) dimana perubahan perilaku yang ditunjukkan individu saat *online* dapat memengaruhi cara individu berpikir tentang diri mereka sendiri. Fullwood (2019) mengungkapkan bahwa banyak faktor perbedaan psikologis dan

individu yang telah diidentifikasi menjelaskan kecenderungan orang untuk terlibat dengan berbagai bentuk perilaku *self presentation* diantaranya, kecemasan sosial, pemantauan diri, kejelasan konsep diri (Fullwood, James, & Wilson, 2016), harga diri, dan narsistik (Fullwood, 2015).

Individu menggunakan media sosial untuk menunjukkan versi ideal dalam diri, tetapi cenderung ingin memperlihatkan pada berbagai hal positif dan mengurangi hal negatif dalam akun mereka (Puspitasari, 2016). Hal ini membuat para pengguna *instagram* tidak hanya menipu orang yang memandang akunnya, tetapi juga menipu dirinya sendiri. Kecenderungan individu untuk menampilkan versi ideal kehidupannya melalui foto maupun video berkatian dengan adanya indikasi kecenderungan narsistik pada diri individu (Riyanita & Supradewi, 2019). Puspitasari (2016) mengatakan ketika individu melihat unggahan orang lain di *instagram* yang lebih menarik, individu dengan narsistik akan mengimbanginya dengan mengunggah foto yang lebih baik lagi. Hal ini tentunya membuat individu narsistik akan terlihat agresif, memiliki cara berpikir yang menyimpang, merusak hubungan dengan orang lain, dan tidak menyadari kepribadiannya (Sakinah, Zatrahadji, & Darmawati, 2019).

McCain dan Campbell (2016) mengatakan narsistik dianggap sebagai ciri masyarakat modern dan kian meningkat dari waktu ke waktu. Media sosial digunakan sebagai wadah popularitas membuat individu dengan mudah melakukan promosi diri. Kesan narsistik pada media sosial didasarkan pada jumlah interaksi sosial beserta sejauh mana pemilik akun mempromosikan dirinya sendiri dan membuat foto profilnya memiliki daya tarik (Buffardi & Campbell, 2008).

Raskin dan Terry (1988) mengartikan narsistik sebagai konstruksi tingkat tinggi dimana menggambarkan fenomena mental dan perilaku yang beragam tetapi saling berkaitan, ditandai dengan keinginan untuk dikagumi, menilai dirinya dengan berlebihan, menyukai jika menjadi pusat perhatian, tidak suka dikritik tentang dirinya, sangat mengutamakan dirinya sendiri, eksploratif dan kurangnya empati. Terlepas daripada gangguan kepribadian, narsistik normal atau nonpatologis sering dikaitkan dengan perilaku positif

seperti kepemimpinan, dan kesejahteraan subjektif; serta perilaku negatif misalnya agresi dan komitmen yang rendah dalam hubungan (McCain & Campbell, 2016).

Pada perspektif psikologi sosial, narsistik dalam populasi normal dikonseptualisasikan sebagai konstruk yang tidak bersifat patologis secara khusus diasosiasikan dengan *well-being* yang sehat dan positif serta harga diri yang tinggi (Sedikides dkk, 2004). Hal ini terjadi karena individu dengan narsistik normal secara umum memiliki motivasi serta keinginan mendapat perhatian dan kekaguman dari orang lain untuk menjaga *inflated self-view* mereka, serta menganggap dirinya berhak diperlakukan spesial dan istimewa (Fox & Rooney, 2015; Morf & Rhodewalt, 2001).

Menurut Fullwood (2015), *self presentation* dari individu narsistik mengungkapkan beberapa pola perilaku yang menarik. Misalnya, individu narsistik akan cenderung memiliki sikap yang sangat positif tentang media sosial karena sejumlah alasan. Pertama, media sosial akan memberi individu banyak kesempatan untuk menyombongkan diri tentang prestasinya.

Kedua, individu narsistik cenderung mencari hubungan dangkal, situs media sosial seperti *facebook* dan *twitter* harus melayani individu dengan sangat baik misalnya, individu tidak perlu terlibat bersama orang lain pada tingkat dan status sosial yang lebih dalam dapat dicapai melalui jumlah *friend* atau pengikut yang telah dikumpulkan.

Ketiga, individu narsistik dapat memenuhi kebutuhan individu akan kekaguman dalam beberapa cara, misalnya melalui jumlah *like* yang individu terima pada foto yang berpose atau *update* status yang menunjukkan keberhasilannya. Fakta bahwa hal ini ditampilkan secara publik juga merupakan bonus bagi individu dengan narsistik karena dapat membantu menggunakan hubungan individu terhadap orang lain untuk melakukan peningkatan diri (Fullwood, 2015).

Penelitian oleh Liang (2021) memperlihatkan hubungan positif kecenderungan narsistik dan intensitas penggunaan media sosial, mahasiswa

mengakses media sosial dari 3 sampai 6 jam bahkan lebih dari 6 jam. Selain itu, jenis kelamin dan motif penggunaan *instagram* dinilai berkaitan dengan perilaku kecenderungan narsistik. McCain & Campbell (2016) mengatakan narsistik memiliki beberapa faktor potensial diantaranya perbedaan kelompok usia, budaya, jenis platform media sosial, dan jenis kelamin.

Seseorang dengan tingkat narsistik yang lebih tinggi cenderung mengunggah foto *selfie* dan menyorot dirinya sendiri, lebih sering memperbarui foto profil, dan akan menghabiskan lebih banyak waktu di *instagram* daripada dengan rekan-rekan mereka. Menurut mereka, foto profil *instagram* individu tentu lebih menarik secara fisik dibandingkan lainnya. (Moon, Lee, Lee, Choi, & Sung, 2016). Hal ini sejalan dengan Buffardi & Campbell (2008), individu narsistik memungkinkan memiliki *self presentation* yang terkontrol, memuaskan keinginan akan perhatian, dan mempromosikan hubungan pertemanan yang semuanya di asosiasikan dengan narsistik.

Menurut Fullwood (2015) narsistik adalah salah satu faktor yang dapat berpengaruh pada keberlangsungan *self presentation* individu di media sosial. Hal ini juga ditegaskan pada penelitian oleh Iswayuni (2020) yang menemukan keberkaitan antara narsistik dengan *self presentation* pada pengguna *instagram*. Pangastuti (2015) juga memperlihatkan adanya hubungan positif dan signifikan antara narsistik dengan *self presentation* pada *facebook*.

Berdasarkan paparan diatas tampak bahwa adanya hubungan positif dan signifikan dari narsistik dengan *self presentation*. Pada media sosial seperti *instagram*, individu berpeluang menggambarkan versi ideal dirinya dengan sesuka hati tanpa adanya larangan. Akan tetapi individu kurang memperhatikan bahwa *instagram* dapat digunakan sebagai sarana kejahatan misalnya pencurian identitas. Selain itu, *instagram* memberikan kesempatan untuk individu berkomentar jahat terhadap *self presentation* orang lain. Individu yang memperlihatkan *self presentation* dalam konteks negatif akan memiliki jejak digital dan tidak dapat dihapus begitu saja. Oleh karena itu,

peneliti tertarik mengangkat *self presentation* sebagai variabel terikat pada penelitian ini.

Sementara itu, belum banyak penelitian di Indonesia tentang kedua variabel tersebut pada pengguna *instagram*, padahal dalam masa transisi menuju dewasa (*early adulthood*) yaitu masa eksplorasi identitas tentunya tema ini sangat fenomenal untuk dibahas. Lebih lanjut, sampel yang diteliti adalah populasi normal atau nonpatologis yaitu mahasiswa, maka narsistik yang dibahas bukanlah gangguan kepribadian melainkan mengarah pada kecenderungan. Sudarsono (2012) mengungkapkan kecenderungan timbul dari hasrat serta keinginan individu terhadap dinamika masyarakat dan perilaku orang – orang disekitarnya.

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui terkait “Pengaruh Kecenderungan Narsistik terhadap *Self Presentation* pada Mahasiswa Pengguna *Instagram* di Universitas X”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Susandi (2014) dalam penelitiannya membuktikan harga diri tidak ada kaitannya dalam membentuk *self presentation* di *facebook*, hal ini karena beberapa responden dalam penelitian mengatakan sudah jemu mengakses *facebook* dan beralih ke media sosial lainnya. Berbeda dengan penelitian oleh Rozika dan Ramdhani (2016) yang menunjukkan hubungan positif antara harga diri dan *body image* dengan *self presentation*, artinya semakin tinggi penilaian individu terhadap diri dan penampilannya, maka semakin sering individu tersebut mengungkapkan dirinya dengan mengunggah foto – foto tertentu ke *instagram*.

Sementara itu, Rarasati, Hudaniah, dan Prasetyaningrum (2019) membuktikan dalam penelitiannya bahwa pengguna *instagram* dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki tingkat rata-rata *self presentation* yang lebih

tinggi daripada *introvert*. Penelitian dari Azis (2017) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan *self presentation*, artinya apabila kecenderungan narsistik yang dialami remaja adalah tinggi, maka akan semakin besar *self presentation* yang dilakukannya.

Berlandaskan penjelasan peneliti tentang hasil dari penelitian terdahulu, dengan demikian masalah dalam penelitian ini akan dirumuskan menjadi apakah terdapat pengaruh kecenderungan narsistik terhadap *self presentation* pada mahasiswa pengguna *instagram* di Universitas X?

1.3 Tujuan Penelitian

Menimbang dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh kecenderungan narsistik terhadap *self presentation* pada mahasiswa pengguna *instagram* di Universitas X.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mengharapkan agar dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Mampu memberikan gambaran terkait dengan permasalahan kecenderungan narsistik dengan *self presentation*.
2. Mampu memberikan kontribusi dalam kemajuan ilmu psikologi terutama dibidang psikologi sosial, dan psikologi klinis.
3. Dapat dijadikan sebagai bahan rujukan serta referensi bagi peneliti lain dalam penelitian selanjutnya.
4. Mampu memperbanyak informasi dan wawasan kepada mahasiswa yang beranjak dewasa agar mereka dapat mengetahui dan memahami keterkaitan antara kecenderungan narsistik dengan *self presentation*.