

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Semakin berkembangnya teknologi pada saat ini, manusia semakin dimudahkan dalam bersosialisasi dengan berbagai media sosial. Media sosial menjadi sangat berperan penting sebagai alat komunikasi di dalam bermasyarakat pada saat ini. Maka tak jarang manusia tidak dapat lepas dari media sosial. Media sosial diibaratkan sebagai pisau bermata dua, apabila digunakan secara baik maka tidak akan menimbulkan hal yang negatif. Sebaliknya, apabila digunakan secara negatif maka akan memberi dampak tidak baik pula pada seseorang. Media sosial memiliki banyak variasi diantaranya seperti twitter, facebook, line, whatsapp, path, instagram dan lain sebagainya. Setiap aplikasi media sosial mempunyai keunikan dan fasilitas yang berbeda antara satu sama lain (Engkus, Hikmat, & Saminnurahmat, 2017).

Salah satu aplikasi jejaring media sosial yang berfokus untuk menangkap dan meng-*upload* foto saat ini yang sedang digemari oleh banyak orang adalah instagram. Instagram adalah layanan jejaring media sosial yang lebih berfokus pada pengambilan serta mengunggah foto. Namun bukan hanya sekedar mengunggah foto, instagram juga memberi keleluasaan penggunaannya untuk bisa berkreatifitas melalui layanan filter digital agar foto menjadi lebih menarik lagi, serta fasilitas fitur *share location* bertujuan untuk memberi tahu kepada *followers* (pengikutnya) mengenai lokasi pengguna akun mengambil foto dan memberi kesempatan pengguna mengunggah suatu video yang berdurasi 60 detik sehingga dapat dilihat langsung oleh para *followers* (pengikutnya). Jika menurut pengguna yang menjadi *follower* foto atau video yang diunggah tersebut menarik, maka mereka dapat memberikan tanda suka (*like*) dan memberikan komentar pada foto atau video yang diunggah tersebut, serta akan timbul pada fitur pencarian pengguna instagram lain sehingga foto atau video tersebut akan menyebar luas dan *followers* dapat semakin banyak. Instagram mempunyai 400 juta pengguna aktif bulanan, perkiraan rata-rata pengguna media sosial instagram

membuahkan hasil 150 juta jepretan foto per bulan dan 800 juta gabungan antara foto dan video diunggah setiap harinya (Parikesit, 2016).

Berdasarkan survei penelitian yang dilakukan oleh suatu perusahaan research market dunia, TNS menjelaskan beberapa fakta data terkait pengguna *Instagram* di *Indonesia*, Kamis (14/1/2016). Dengan 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 (Vania, 2016). Selain itu perusahaan *Instagram* juga menjelaskan beberapa fakta berkaitan kegiatan pengguna medsos *Instagram* di *Indonesia*. Sebanyak 11% pengguna *Instagram* berumur 34-55 tahun, 30% berumur 25-34 tahun, dan 59% berumur 18-24 tahun (Parikesit, 2016).

Umur menjadi acuan penentu yang kuat pada kualitas dan frekuensi dalam pemakaian jejaring sosmed *Instagram*. Pengguna sosmed sebagian besar dinominasi oleh para remaja dan para dewasa awal. Hal ini digunakan oleh mereka sebagai penghubung kepribadian untuk menunjukkan dirinya kepada dunia mengenai siapa diri mereka, dengan siapa mereka memiliki pemikiran yang sama, dan apa yang mereka pedulikan. Hal ini menjelaskan bahwa *Instagram* dapat membuat minat pengguna jejaring sosmed semakin tinggi (Sembiring, 2017).

Dengan fasilitas *Instagram* yang mampu menjadi sebuah media untuk berbagi video dan foto, memberikan pandangan para pengguna *Instagram* bahwa mereka harus membagikan setiap momen yang berhubungan dengan keseharian mereka termasuk perasaan yang saat itu dialami, pemikiran, tempat yang saat itu didatangi, makanan dan minuman yang dibeli bahkan sampai pakaian yang sedang digunakan ke dalam *Instagram*-nya. Ada delapan klasifikasi foto favorit di medsos *Instagram* diantaranya yaitu klasifikasi foto aktivitas, hewan, makanan, *selfie*, teman, *captioned photo* (kata-kata menarik dalam bentuk gambar), gawai, serta *fashion* (Hu, Manikonda, & Kambhampati, 2013).

Tercatat beberapa orang, menjelaskan bahwa mereka yang memakai jejaring sosial bertujuan untuk menunjukkan versi ideal dari dalam diri atau kehidupan keseharian mereka, cenderung lebih berfokus pada berbagai hal yang positif dan mengurangi yang negatif dalam akun mereka. Hal ini tidak hanya

membuat pengguna instagram “menipu” orang yang melihatnya, namun juga “menipu” dirinya sendiri (Austin, 2013).Puspitasari (2016)berpendapat bahwa segala sesuatu yang ditampilkan oleh individu pada lingkungannya ialah sisi baik individu itu sendiri.Sesungguhnya, kecenderungan seseorang untuk menampilkan versi ideal kehidupan melalui fotografi ataupun video berkaitan dengan adanya indikasi kecenderungan narsistik pada diri individu.

Keinginan seseorang untuk mengekspresikan penampilan fisiknya dan aktivitas melalui fotografi memiliki hubungan terindikasi adanya kecenderungan narsistik pada individu tersebut. Menurut Chaplin (Kristanto, 2012), kata dari narsis atau narsistik, ditujukan pada mereka yang sering senang berbangga diri secara berlebihan atau pada mereka yang kerap mengambil foto untuk menjadi bahan pameran pada orang lain, caranya dengan mengunggah ke dalam akun sosmed kepunyaannya. Menurut John & Robins (Buffardi & Campbell, 2008), narsistik berkaitan pula dengan *self-views* (pandangan diri) yang berlebihan atau terlalu tinggi dan positif pada beberapa sifat seperti kecerdasan, keindahan fisik, sarta kekuatan. Selain itu, (Durand, 2007) mengatakan bahwa seseorang dengan kecenderungan narsistik memperdaya orang lain guna kepentingan pribadi dan kurang memilikirasa empati kepada orang lain.

Bentuk buruk narsistik menutup persepsi pada suatu kenyataan sehingga apapun yang dipunyai individu yang narsistik dipandang tinggi dan apapun kepunyaan orang lain tak berarti. Seseorang yang narsistik berfokus pada diri sendiri, tetapi hal tersebut bukan hanya sebatas mengagumi diri sendiri dalam kaca. Kekaguman pada bentuk tubuh seringkali membuat seseorang menjadi hipokondriasis, atau perhatian obsesif akan diri sendiri. Menurut Fromm seseorang yang terfiksasi akan dirinya sendiri cenderung asik dalam dunianya sendiri dan sibuk memperhatikan diri sendiri serta menjaga nama baik mereka. Seseorang yang narsistik mempunyai sesuatu yang disebut Horney sebagai “tuntutan neorotik”.Mereka mencapai rasa aman dengan mempercayai bahwa mereka memiliki sifat pribadi yang luar biasa dan lebih unggul dari orang lain (Feist, Feist, & Roberts, 2017).

Adi & Yudiati (2015) menyatakan dalam penelitian mereka bahwa seseorang dapat disebut memiliki kecenderungan narsistik pada saat orang tersebut cenderung memamerkan kelebihanannya banyak bercerita berkaitan dengandirinya sendiri pada akunya serta cenderung tidak ingin berbagi tips-tips bahkan saat orang lain meminta bantuan.

Menurut DSM-V (APA, 2013) seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik apabila dirinya mempunyai minimal lima dari sembilan ciri sebagai berikut: (1) Melebihkan bakat dan prestasinya, serta merasa menjadi yang paling hebat; (2) Selalu menginginkan pujian dan keterpukauan terhadap orang lain; (3) Berimajinasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kecantikan, serta ketenaran yang tak terbatas; (4) Merasa unik dan istimewa hingga dirinya hanya mau menggauli orang-orang yang berkelas tinggi atau memiliki status yang tinggi; (5) Orang lain harus selalu mengikuti keinginannya atau merasa bahwa dirinya berhak untuk mendapatkan perlakuan khusus; (6) Memanfaatkan orang lain dengan tujuan mendapatkan apa yang ia kehendaki; (7) kurang mampu berempati pada perasaan orang lain; (8) Selalu memiliki rasa iri hati pada kepemilikan dan kesuksesan orang lain; (9) Berperilaku kasar, angkuh, serta congkak.

Beberapa wawancara sementara yang telah peneliti lakukan pada tanggal 23 mei 2018 pukul 15.00 WIB dilobby fakultas psikologi dapat didiskripsikan bahwa subjek I sekarang berusia 22 tahun, subjek adalah anak kedua dari tiga bersaudara yang berjenis kelamin perempuan dengan inisial DUP. Subjek mulai menggunakan instagram sejak tahun 2014. Dalam sehari subjek dapat membuka akun selama 5kali dalam sehari bahkan lebih. Subjek dapat mengupload foto sebanyak 4 sampai 5 foto dalam seminggu. Subjek mengaku bahwa instagram adalah tempat untuk hiburan, pamer dan menunjukkan bahwa dirinya pantas untuk dipuji. Subjek mengaku merasa puas ketika foto dirinya mendapatkan banyak like, dari banyak like tersebut subjek merasa bahwa diam-diam dirinya diperhatikan oleh banyak orang. Subjek juga mengaku dirinya pernah menjadi korban bully sehingga setelah kuliah ini dirinya harus bisa lebih dari yang lain. Ketika foto subjek diberi komentar yang negatif oleh teman insstagranya, subjek mengaku

bahwa dirinya tak peduli dan berfikir mereka hanya merasa iri dengan apa yang telah ia capai.

Kemudian wawancara sementara dengan subjek 2 dilakukan pada tanggal yang sama pukul 15.30 WIB di fakultas teknik lantai II dapat didiskripsikan bahwa subjek II sekarang berusia 19 tahun dengan berjenis kelamin laki-laki dengan jenis inisial CA. Subjek mulai menggunakan instagram sejak tahun 2015. Subjek mengupload foto tergantung dimana dia pergi dia mengaku bahwa instagram adalah tempat untuk berbagi informasi dirinya ketika dirinya pergi ketempat-tempat wisata sehingga dia selalu mengupload foto-foto yang menunjukkan dirinya bahwa dia berada disuatu tempat agar teman-temannya mengetahui bahwa dirinya pernah berada ditempat itu. Subjek tidak mempermasalahkan banyak sedikitnya like, karena subjek sendiri tidak mengejar target like dan tidak asal mengikuti pengguna Instagram yang dirinya tidak kenali. Dalam akun instagramnya hanyalah terdapat teman-teman dekatnya saja. Subjek mengaku belum pernah mendapat komentar negatif dari foto yang diuploadnya, malah sering kali mendapat komentar yang positif. Ketika subjek mendapati komentar yang positif dari teman jejaring sosialnya subjek merasa telah berhasil berbagi informasi kepada orang lain.

Wawancara sementara dengan subjek 3 dilakukan pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 12.00 WIB di lobby fakultas ekonomi pada subjek perempuan berinisial EMD berusia 22 tahun. Subjek menggunakan instagram sejak tahun 2013. Dalam sehari subjek dapat membuka akun lebih dari 6 kali dalam sehari. Subjek dapat mengupload foto sekitar 5 sampai 6 foto dalam seminggu dengan alasan agar subjek mendapat perhatian dan pujian dari teman-temannya bahwa dirinya cantik dan lain sebagainya. Ketika subjek mendapatkan banyak like subjek merasa bahwa dirinya telah berhasil mencuri perhatian banyak orang, dan menjadi kebanggaan tersendiri ketika mendapatkan like yang banyak. Namun hal itu tidak membuat dirinya merasa puas sehingga subjek dapat mengupload foto 2 kali dalam sehari ketika foto pertama telah berhasil mendapatkan banyak like. Ketika subjek mendapatkan komentar yang pedas terhadap foto dirinya subjek mengaku bahwa subjek akan membalas komentar tersebut dengan komentar yang pedas

pula karena subjek merasa tidak terima atas komentar tersebut dan merasa bahwa komentar yang telah ditujukan pada dirinya tidak benar.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dua dari tiga orang yang telah peneliti wawancarai, mereka memiliki ciri kecenderungan narsistik yaitu menginginkan keterpukauan dan pujian terhadap orang lain serta berimajinasi pada keindahan fisik dan kepopolaritasan yang takterbatas.

Menurut (Clarke, Karlov, & Neale, 2015) harga diri ialah salah satu faktor penyebab kecenderungan narsistik. Harga diri berperan memiliki penting perkembangan seseorang untuk menjadi individu dewasa yang matang karena itu akan mempengaruhi cara diri menjalani hidup, penerimaan terhadap dirinya, bagaimana diri menjalani hubungan dengan orang lain. Menurut Coopersmith (Sulistiawati & Novendawati, 2015) memaparkan bahwa harga diri berperan menjadi penilaian yang dibuat oleh seseorang itu sendiri yang berkaitan dengan dirinya, dimana penilaian tersebut merupakan hasil komunikasi antar seseorang terhadap lingkungannya dan bagaimana orang lain memperlakukan dirinya.

Nevid & Rathus (2003) menambahkan bahwa seseorang yang narsistik senang pamer tentang pendapat dari pihak lain yang mengakui keunikan dan keberhasilannya ataupun idealisme yang sangat dibanggakan pada dirinya sendiri. Hal ini dilakukan pada saat seseorang yang terindikasi narsistik merasa harga dirinya mulai terancam, ketika lingkungan mulai mengkritik dan memberi masukan yang dianggapnya tidak sesuai dengan dirinya. Untuk menyingkirkan perasaan yang tidak nyaman dan harga diri yang rendah, individu narsistik menuntut perhatian yang terus menerus dilingkungannya.

Berikut adalah temuan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, disusun oleh Anissa Kusuma Bhakti tahun 2016 dengan penelitiannya yang berjudul “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Instagram Ditinjau Dari Jenis Kelamin” menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan narsistik diperoleh nilai koefisien korelasi  $r_{xy} = -0,209$  dengan  $\text{sig} = 0,011$  ( $p < 0,05$ ).

Penelitian lain yang disusun oleh Adi & Yudiati tahun 2015 berjudul “Harga Diri Dan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna *Friendster*” menunjukkan

bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna *friendster* dengan hasil analisis didapatkan  $r_{xy} = -0,346$  dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ).

Penelitian lain yang disusun oleh Kurnia Rahmad Dhani tahun 2015 berjudul “Hubungan Antara *Self Esteem* Dengan Gangguan *Narcissistic* Pada Remaja Pengguna Jejaring Sosial *Instagram*” menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara self esteem dan gangguan narsistik didapatkan koefisien korelasi  $r_{xy}$  sebesar 0,450 dan  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ).

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian tentang hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram oleh karena itu rumusan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Pengguna Instagram?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram. Dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah pengambilan sampel subjek penelitian dan tempat lokasi yang akan diteliti.

## **B. Perumusan Masalah**

Apakah ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik terhadap pengguna media sosial “INSTAGRAM” pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik terhadap pengguna media sosial “INSTAGRAM” mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yaitu :

**1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bermanfaat dalam mengembangkan ilmu dalam bidang klinis sosial terkait harga diri dengan kecenderungan narsistik dalam ilmu psikologi.

**2. Manfaat Praktis**

Bagi mahasiswa, penelitian ini bisa membuka wawasan mahasiswa terkait kecenderungan gangguan kepribadian Narsistik.