

**HUBUNGAN ANTARA NARSISME DENGAN MOTIVASI *SELFIE POSTING*
BEHAVIOR PADA LAKI-LAKI PENGGUNA MEDIA SOSIAL**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

Mawaddatul Maghfiroh

(30701900107)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**HUBUNGAN ANTARA NARSISME DENGAN *SELFIE POSTING*
BEHAVIOR PADA LAKI-LAKI PENGGUNA MEDIA SOSIAL**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Mawaddatul Maghfiroh
30701900107

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Inhastuti Sugiasih, S.Psi, M.Psi

15 Agustus 2023

Semarang, 15 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi



Joko Kuncoro, S.Psi., M. Si
NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA NARSISME DENGAN MOTIVASI *SELFIE*
POSTING BEHAVIOR PADA LAKI-LAKI PENGGUNA MEDIA SOSIAL**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Mawaddatul Maghfiroh

Nim: 30701900107

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada Tanggal 23 Agustus 2023

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si

2. Erni Agustina Setiowati, S. Psi, M. Psi, Psikolog

3. Inhastuti Sugiasih, S.Psi, M. Psi, Psikolog

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 28 Agustus 2023

Mengatahui
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA

Joko Kuncoro, S.Psi., M. Si
NIK. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya, Mawaddatul Maghfiroh dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 16 Agustus 2023

Yang menyatakan



Mawaddatul Maghfiroh
30701900107

MOTTO

“Kita harus memberi dan menerima kasih sayang tanpa jatuh ke dalam kebiasaan narsisme yang hanya mencoba menerimanya”

(Criss Jami)

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah sekian banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga akan lupa betapa pedihnya rasa sakit”

(Ali bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan karya ini kepada :

Bapak, ibu, dan kakak yang paling berharga, yang telah menjaga, memberikan kasih sayang dan dukungan dan menjadi motivasi selama ini sehingga penulis dapat berada di titik ini.

Ibu Inhastuti Sugiasih, S.Psi., M.Psi sebagai dosen pembimbing yang dengan kesabaran dan tanpa kata lelah memberikan bimbingan, arahan dan waktunya sehingga karya ini dapat terselesaikan



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala ridho, rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh derajat S-1 Sarjana Psikologi. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW dan semoga kita termasuk ummat nya yang selalu mendapat syafa'at.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak rintangan, namun berkat bantuan dan dukungan dari banyak pihak, sehingga hal yang terasa berat menjadi lebih ringan. Secara khusus penulis mengucapkan rasa terima kasih tersebut kepada :

1. Bapak Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan kemudahan dan membantu dalam proses akademik maupun penelitian.
2. Ibu Inhastuti Sugiasih, S.Psi., M.Psi selaku dosen pembimbing skripsi dan sekaligus dosen wali yang telah membimbing, memberi masukan dan arahan selama penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, dan mendampingi, memberi nasehat selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung selaku tenaga pendidik yang selama ini telah memberikan ilmunya kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha serta perpustakaan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung yang telah membantu penulis dengan memberi kemudahan dan proses mengurus administrasi hingga skripsi.
5. Dekan serta Staf Tata Usaha Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian dan pengambilan data.
6. Mahasiswa Fakultas Teknologi Industri angkatan 2022 – 2019, baik dari Prodi Teknik Elektro, Teknik Industri, ataupun Teknik Informatika yang

telah bersedia menjadi responden dan telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam pengisian skala penelitian.

7. Bapak, Ibu tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan baik moral maupun material sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
8. Kakakku tercinta, yang selalu memberi dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis .
9. Berbagai pihak yang telah membantu serta memberi dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran dari berbagai pihak untuk dapat membantu menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap dengan adanya karya ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 16 Agustus 2023

Mawaddatul Maghfiroh



DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERSETUJUAN PEMBIMBING	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
PERNYATAAN	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
ABSTRAK.....	XIV
ABSTRACT	XV
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
1) Manfaat Teoritis.....	5
2) Manfaat Praktis.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	6
1. Pengertian motivasi <i>selfie posting behavior</i>	6
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi <i>selfie posting behavior</i>	7
3. Aspek-aspek motivasi <i>selfie posting behavior</i>	9
B. Narsisme	11
1. Pengertian Narsisme	11
2. Jenis-jenis Narsisme	12
3. Aspek-aspek narsisme	13
C. Hubungan Antara Narsisme dengan Motivasi <i>Selfie Postinge Behavior</i> Pada Laki-laki Pengguna Media Sosial.....	15

D. HIPOTESIS	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Identifikasi Variabel	18
B. Definisi Operasional	18
1. Motivasi <i>selfie posting behavior</i>	18
2. Narsisme	18
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel (Sampling)	19
1. Populasi	19
2. Sampel Penelitian	19
3. Teknik Pengambilan Sampel	19
D. Metode Pengambilan Data.....	20
1. Skala Motivasi <i>selfie posting behavior</i>	20
2. Skala Narsisme	21
E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas	22
1. Validitas.....	22
2. Uji Daya Beda Aitem	22
3. Reliabilitas	22
F. Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian.....	24
1. Orientasi Kacah Penelitian	24
2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	25
3. Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur.....	27
4. Penomoran Ulang Aitem dengan Nomor Baru	29
B. Pelaksanaan Penelitian	30
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	31
1. Uji Asumsi.....	31
D. Deskripsi Hasil Penelitian	33
1. Deskripsi Data Skor Skala Motivasi <i>selfie posting behavior</i>	33
2. Deskripsi Data Skala Narsisme	35
E. Pembahasan	36
F. Kelemahan.....	38
BAB V	39
A. Kesimpulan Penelitian.....	39
B. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blue Print Skala Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	21
Tabel 2. Blue Print Skala Narsisme	21
Tabel 3. Sebaran Nomor Aitem Skala Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	26
Tabel 4. Sebaran Nomor Aitem Skala Narsisme	27
Tabel 5. Data Uji Coba	27
Tabel 6. Daya Beda Aitem Skala Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	28
Tabel 7. Daya Beda Aitem Skala Narsisme.....	29
Tabel 8. Sebaran Aitem Baru Skala Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	29
Tabel 9. Sebaran Aitem Baru Skala Narsisme.....	30
Tabel 10. Data Responden Penelitian	30
Tabel 11. Data Media Sosial Yang paling banyak digunakan.....	31
Tabel 12. Data Durasi Penggunaan media Sosial Setiap Hari.....	31
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas	32
Tabel 14. Norma Kategori Skor.....	33
Table 15. Deskripsi Skor Skala Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	34
Table 16. Kategori Skor Subjek Pada Skala Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	34
Atbel 17. Deskripsi Skor Skala Narsisme.....	35
Table 18. Kategorisasi Skor Subjek Skala Narsisme.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Motivasi <i>Selfie Posting Behavior</i>	34
Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Narsisme	35



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran A Skala Uji Coba.....	45
Lampiran B. Tabulasi Skala Uji Coba.....	52
Lampiran C. Uji Daya Beda Aitem Dan Reliabilitas	63
Lampiran D. Skala Penelitian Setelah Aitem Gugur	67
Lampiran E. Tabulasi Data Skala Penelitian	74
Lampiran F. Analisis Data.....	89
Lampiran G. Surat Perizinan Dan Dokumentasi Penelitian	93



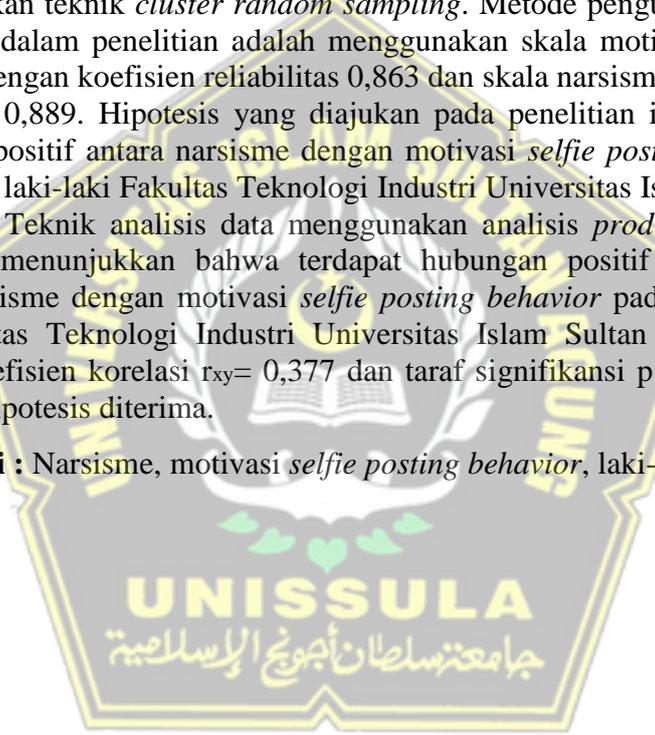
**HUBUNGAN ANTARA NARSISME DENGAN MOTIVASI *SELFIE*
POSTING BEHAVIOR PADA LAKI-LAKI PENGGUNA MEDIA SOSIAL**

Mawaddatul Maghfiroh
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung
Email: mawa25firoh@std.unissula.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki pengguna media sosial. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif laki-laki Fakultas Teknologi Industri dengan sampel 154 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan skala motivasi *selfie posting behavior* dengan koefisien reliabilitas 0,863 dan skala narsisme dengan koefisien reliabilitas 0,889. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada mahasiswa laki-laki Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Teknik analisis data menggunakan analisis *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif secara signifikan antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada mahasiswa laki-laki Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,377$ dan taraf signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), sehingga hipotesis diterima.

Kata kunci : Narsisme, motivasi *selfie posting behavior*, laki-laki



**THE RELATIONSHIP BETWEEN NARCISSISM AND *SELFIE*
POSTING BEHAVIOR MOTIVATION IN MALE SOCIAL MEDIA
USERS**

Mawaddatul Maghfiroh

Faculty of Psychology

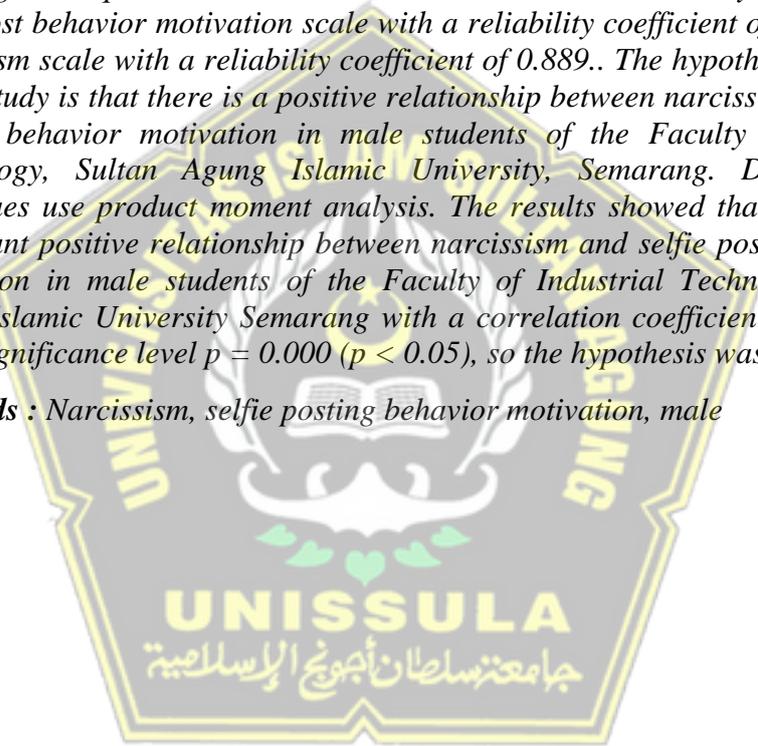
Sultan Agung Islamic University

Email : mawa25firoh@std.unissula.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between narcissism and selfie posting behavior motivation in male social media users. The population in this study is active male students of the Faculty of Industrial Technology with a sample of 154 respondents. The sampling technique uses cluster random sampling technique. . The data collection method used in the study was using the selfie post behavior motivation scale with a reliability coefficient of 0.863 and a narcissism scale with a reliability coefficient of 0.889.. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between narcissism and selfie posting behavior motivation in male students of the Faculty of Industrial Technology, Sultan Agung Islamic University, Semarang. Data analysis techniques use product moment analysis. The results showed that there was a significant positive relationship between narcissism and selfie posting behavior motivation in male students of the Faculty of Industrial Technology, Sultan Agung Islamic University Semarang with a correlation coefficient $r_{xy} = 0.377$ and a significance level $p = 0.000$ ($p < 0.05$), so the hypothesis was accepted.

Keywords : *Narcissism, selfie posting behavior motivation, male*



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial terus berkembang dan semakin banyak juga penggunaannya. Media sosial merupakan media *online* yang penggunaannya bisa menciptakan atau berbagi jejaring sosial, blog, ataupun forum. Pada tahun 2017 terdapat 94,12% pengguna media sosial di Indonesia (Rafiq, 2020). Para pengguna media sosial dapat mempresentasikan diri, bekerja sama, berbagi info, berinteraksi sosial dengan pengguna lain yang dapat mengubah komunikasi menjadi sebuah dialog interaktif pada jejaring sosial. Jejaring sosial tersebut meliputi *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Pada media sosial orang dapat berpartisipasi dalam memberikan informasi, komentar atau berbagi foto maupun video, sehingga dapat dikatakan media sosial merupakan cara baru bagi masyarakat untuk berkomunikasi. Para pengguna media sosial tidak lepas dari motivasi yang menjadi dorongan untuk melakukan berbagai kegiatan pada media sosial. Menurut Jackson (Kartika, 2020) dengan menggunakan media sosial, individu dapat mengunggah berbagai kegiatan, keluhan, pendapat, perasaan, foto serta video untuk dipublikasikan. Fenomena tersebut menjadi perhatian yang besar karena media sosial memberikan motivasi kepada individu untuk mengekspresikan diri dan mempresentasikan diri. Pada perkembangan media sosial maka muncul suatu perilaku baru yang dinamakan *selfie*. *Selfie* merupakan perilaku individu mengambil gambar diri menggunakan kamera *smartphone* atau kamera digital.

Dengan kemunculan perilaku *selfie*, para pengguna media sosial sering mengunggah foto pribadi atau video untuk ditunjukkan kepada orang lain. Pada survei yang dilakukan oleh Pew Research Center terdapat 55% unggahan *selfie* pada media sosial (Taylor, 2014). Unggahan di media sosial

yang cukup banyak di Indonesia adalah mengunggah foto serta video, namun yang paling



banyak adalah foto *selfie*, fenomena foto *selfie* semakin meningkat karena terdapat beragam fitur baru untuk mengedit foto sesuai yang diinginkan, sehingga hal tersebut menjadi motivasi atau daya tarik para pengguna media sosial baik perempuan atau laki-laki. Para pengguna media sosial akan memotret dirinya sendiri dengan menggunakan kamera *smartphone* dan menggunakan efek sebelum di unggah (Saragih,2021).

Selfie biasanya dilakukan secara berkali-kali dengan berbagai gaya untuk mendapatkan hasil foto yang sempurna, dan mengunggah hasil foto *selfie* tersebut ke media sosial. Motivasi *selfie posting behavior* yaitu untuk menunjukkan diri sendiri ke publik dengan kesan yang baik. Menurut Hardey (Nurmalina, 2020) *selfie posting* pada sosial media adalah karena ingin terpandang lebih bernilai, apalagi ketika foto yang di unggah mendapatkan komentar yang bagus. *Selfie posting* merupakan suatu kegiatan memotret dirinya sendiri kemudian di unggah ke media sosial. Seseorang terkadang melakukan *selfie* karena ingin membagikan sebuah moment dan merupakan sesuatu yang wajar, namun ketika seseorang sering melakukan *selfie posting*, maka hal tersebut dapat menimbulkan dampak yaitu seperti citra negatif pada diri sendiri yang meningkat, karena ketika sering melakukan *selfie posting*, akan semakin banyak kekurangan yang terlihat, akan obsesi untuk selalu tampil sempurna dan meningkatnya keinginan untuk mendapatkan pujian.

Tren *selfie* cenderung sudah menjadi gaya hidup dan *selfie* banyak terjadi pada perempuan. Pada penelitian Arpaci (2018) bahwa perempuan lebih tinggi pada *selfie posting behavior* daripada laki-laki, namun *selfie posting* juga terjadi pada laki-laki, yaitu seperti yang dialami oleh Junaid Ahmed yang berumur 22 tahun yang terobsesi dengan *selfie posting* dan setiap hari dapat melakukan *selfie posting* dan mengunggah ke akun sosial media. *Selfie posting behavior* sebenarnya suatu perilaku yang wajar, karena individu ingin menunjukkan dirinya kepada publik pengguna media sosial. Akan tetapi ketika *selfie* sudah menyebabkan kecanduan maka menjadi suatu

hal yang perlu mendapatkan pengawasan serta perhatian terhadap diri sendiri atau orang lain.

Berikut adalah 2 subjek laki-laki yang melakukan *selfie posting*. Wawancara pertama yaitu pada tanggal 10 oktober 2022 berinisial FNA berusia 22 tahun yang merupakan mahasiswa diperoleh informasi sebagai berikut.

“iya tiap hari pasti selalu posting foto, apalagi kalo lagi main itu pasti foto selfie bareng-bareng, kalo gak selfie sendiri. setiap ada kegiatan dikampus juga pasti aku posting foto, kadang juga bikin video, kaya video pas sunset trus sambil ngerokok itu paling sering,soalnya buat kenang-kenangan, kalo ada temen yang mau selfie juga ikut biar enggak ketinggalan. Kalo diunggah itu seringnya di WhatsApp, tapi kalo diunggah itu seringnya foto pas lagi pergi atau main, kegiatan kampus, terus foto sama temen, kalo foto selfie kos jarang aku post”

Wawancara kedua dilakukan pada 17 oktober 2022 dengan subjek berinisial AS yang berusia 22 tahun yang merupakan mahasiswa diperoleh informasi sebagai berikut.

“Dari dulu aku emang sering bikin story, kalo lagi pergi atau main pasti foto selfie buat sotry, apalagi pas awal kuliah masuk UKM dan di ukm kan lebih sering bareng sama cewe, jadi tambah sering selfie, setiap mereka selfie harus ikut, setiap latihan pasti foto buat story dulu. buat kenang-kenangan juga, tapi kalo selfie sendiri udah enggak sering, paling kalo sendiri sering nya minta difotoin sama temen.

Berdasarkan wawancara di atas, didapatkan informasi bahwa subjek sering melakukan *selfie posting* ketika subjek mendapatkan spot yang bagus untuk mengambil foto atau subjek sedang bersama teman ketika ada kegiatan atau ketika bermain. Subjek hampir setiap hari mengunggah foto *selfie* ke media sosial.

Salah satu faktor menurut Charoensukmongkol (2016) yang dapat mempengaruhi motivasi *selfie posting behavior* adalah narsisme. Narsisme adalah kondisi individu yang merasa kagum atau cinta pada dirinya sendiri secara berlebihan (Biolcati, 2019). Narsisme merupakan kondisi dimana individu mempunyai obsesi yang terbentuk dari perasaannya sendiri karena menganggap jika dirinya lebih baik daripada orang lain. Individu yang terobsesi mengunggah foto *selfie* dapat dikarenakan memiliki perasaan bahwa diri mereka paling baik dan mempunyai keinginan untuk diberi perhatian atau dikagumi oleh orang lain. Hal tersebut dapat dikarenakan karena seseorang mempunyai kepribadian narsisme (Saragih, 2021).

Individu dengan kepribadian narsisme akan memanfaatkan media sosial yaitu dengan mempromosikan dirinya melalui foto *selfie* yang di unggah ke media sosial untuk mendapat popularitas, perhatian dari orang lain, dan kesenangan diri sendiri. Perilaku *selfie posting* dapat mengarah pada ciri-ciri narsisme ketika perilaku tersebut dapat mengganggu fungsi kehidupan dalam sehari-hari. Narsisme merupakan motivasi yang signifikan terhadap *selfie posting*, seseorang yang mempunyai narsisme tinggi maka akan lebih sering dalam mengunggah foto *selfie* (Mohammadi, dkk, 2017).

Pada penelitian Fox, Jesse Rooney, Margaret C pada tahun 2015 dengan judul “*The dark triad and self-objectification as predictors of men’s use and self-presentation behaviors on social networking sites*” menjelaskan bahwa laki-laki yang mengunggah banyak foto *selfie* di media sosial mempunyai nilai yang lebih tinggi untuk narsisme dan *self-objectification*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sorokowski, dkk., pada tahun 2015 dengan judul “*Motivasi selfie posting behaviors are associated with narcissism among men*”, menjelaskan bahwa skor narsisme pada laki-laki secara keseluruhan diprediksi secara positif mengunggah *selfie* sendiri, *selfie* bersama pasangan, dan *selfie* grup. Penelitian mengenai narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* memang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, akan

tetapi untuk penelitian tentang narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki belum dilakukan.

Narsisme merupakan salah satu faktor dari individu yang gemar mengunggah foto *selfie*. Berdasarkan fenomena yang terjadi, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan narsisme, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan Antara Narsisme dengan Motivasi *selfie posting behavior* pada Laki-laki”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara Narsisme dengan Motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki pengguna media sosial?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui, serta menguji secara empiris mengenai “Hubungan Antara Narsisme dengan Motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki Pengguna Media Sosial”.

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi di bidang khususnya psikologi sosial tentang hubungan narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki pengguna media sosial.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan atau digunakan sebagai pengetahuan dalam penelitian lebih lanjut mengenai masalah narsisme dan motivasi *selfie posting behavior*.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Motivasi *selfie posting behavior*

1. Pengertian motivasi *selfie posting behavior*

Motivasi *selfie posting behavior* terdiri dari motivasi dan *selfie posting behavior*. Menurut Kriantoro (Ramadhan, 2018), motivasi merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku yang memiliki tujuan, kebutuhan, keinginan dan dorongan. Sardiman (Esa, 2018), menjelaskan bahwa motivasi merupakan upaya untuk mendorong dalam melakukan sesuatu. Adapun menurut Purwanto (Kartika, 2018), motivasi adalah dorongan yang disadari yang mampu mempengaruhi perilaku untuk bertindak sesuatu dalam mencapai tujuan.

Selfie posting behavior merupakan perilaku memotret dirinya sendiri menggunakan kamera *smartphone* atau kamera digital, kemudian hasil foto diunggah ke sosial media (Andita Hernowo & Mashoedi, 2018). Adapun menurut Simatupang (2015), *selfie posting* adalah fenomena individu memotret dirinya sendiri menggunakan kamera *smartphone* dan diunggah ke *Instagram* menggunakan efek yang tersedia. *Selfie posting* merupakan kegiatan mengambil foto yang menunjukkan sebagian atau seluruh pengguna menggunakan kamera *smartphone*, dan hasil foto diunggah ke media sosial (Esa, 2018)

Menurut Weiser (2015), *selfie posting behavior* merupakan sebuah aktivitas yang dapat menjadi suatu bentuk ekspresi diri dan mampu membawa makna sosial dan psikologi. *Selfie posting* merupakan sebuah cara untuk menunjukkan dirinya sendiri, selain itu *selfie* yang merupakan jenis gambar pribadi, *selfie* juga sebagai bentuk cara seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain. *Selfie posting behavior* memungkinkan seseorang untuk selektif

dalam menyajikan foto diri mereka yang menarik dan mempromosikan diri di sosial media (Wang, dkk, 2020).

Selfie posting terdapat tiga jenis yaitu *selfie* sendiri, *selfie* dengan teman-teman, serta *selfie* dengan pasangan (Sorokowski, dkk. 2015). *Selfie posting* muncul karena bentuk kekaguman pada diri sendiri karena perhatian orang lain, yaitu ketika banyaknya respon yang positif pada foto *selfie* yang diunggah di media sosial. *Selfie posting behavior* terjadi karena adanya keinginan individu dalam mencari perhatian orang lain, karena ketika mengunggah foto, maka individu akan mendapatkan tanggapan dari orang yang telah melihat foto *selfie* yang diunggah.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa motivasi *selfie posting behavior* merupakan dorongan atau alasan seseorang memotret dirinya sendiri menggunakan kamera *smartphone*, kemudian hasil foto terbaik tersebut diunggah ke media sosial.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi *selfie posting behavior*

Charoensukmongkol (2016) menjelaskan faktor yang mempengaruhi motivasi *selfie posting behavior*, antara lain:

a. Narsisme

Narsisme merupakan perasaan cinta kepada diri sendiri dan disertai dengan kecenderungan mementingkan diri sendiri, selain itu menganggap bahwa dirinya sangat penting atau superior dan menganggap dirinya sebagai pusat atau lebih baik dari orang lain.

b. *Attention-Seeking Behavior*

Attention-seeking behavior adalah perilaku seseorang yang mencoba untuk menarik perhatian, *attention-seeking* dapat seperti sebuah cara untuk dikenal orang lain, keinginan mendapatkan perhatian dari orang lain, dan ingin untuk diakui oleh orang lain.

c. Kesepian

Kesepian menjadi faktor motivasi *selfie posting* karena seseorang yang kesepian akan mempunyai intensitas *selfie posting* yang tinggi, karena akan mendapatkan tanggapan dari orang lain lewat foto *selfie* yang diunggah

d. Gender

Pada beberapa penelitian disebutkan bahwa perempuan lebih banyak mempunyai motivasi *selfie posting*, namun tidak dipungkiri bahwa laki-laki juga melakukan *selfie posting*.

e. Kepuasan pada tubuh

Kepuasan pada tubuh seseorang dapat meningkatkan intensitas *selfie posting*, karena ketika seseorang merasa puas dengan tubuhnya maka akan dengan mudah seseorang tersebut mendapatkan hasil foto yang sempurna.

Menurut Ajzen (Apdina, 2020), terdapat empat faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi *selfie posting behavior*, yaitu :

a. Latar belakang

Latar belakang yaitu seperti jenis kelamin, usia, sifat, kepribadian, pengetahuan, suku, suasana hati dan status sosial ekonomi. Latar belakang dapat mempengaruhi perilaku atau sikap seseorang terhadap informasi, personal dan sosial.

b. Sikap

Sikap adalah kecenderungan dalam menanggapi beberapa hal yang disukai atau tidak disukai terhadap orang, suatu objek, atau peristiwa. Sikap dianggap variabel pertama yang dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku

c. Norma subjektif

Norma subjektif merupakan reaksi dalam tekanan sosial mengenai mengerjakan suatu perilaku atau tidak mengerjakan. Norma subjektif merupakan pengakuan sosial untuk memperlihatkan perilaku, selain itu norma subjektif adalah manfaat yang mempunyai dasar pada kepercayaan.

d. Persepsi kontrol perilaku

Persepsi kontrol perilaku adalah perasaan mengenai mudah atau sulitnya dalam mewujudkan perilaku tertentu. Kontrol perilaku juga dapat diartikan sebagai kepercayaan mengenai mudah atau sulitnya dalam melakukan suatu perilaku dan atas dasar pengalaman serta kendala yang solusinya dapat dicari ketika melakukan perilaku tersebut.

Menurut Green (Hidayah dan Nurrahmi, 2019), menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi motivasi *selfie posting behavior*, yaitu:

a. Faktor Predisposisi

Faktor predisposisi merupakan faktor yang dapat memotivasi untuk melakukan suatu tindakan. Faktor predisposisi yaitu seperti usia, sikap, jenis kelamin, pengetahuan, dan kepercayaan.

b. Faktor pendukung

Faktor pendukung terwujud karena tersedianya sarana atau fasilitas, yaitu media sosial. Dengan adanya media sosial sebagai sarana dalam mendapatkan foto yang lebih baik atau mengunggah foto *selfie*, maka dalam hal ini media sosial menjadi faktor pendukung motivasi *selfie posting behavior*.

c. Faktor pendorong

Faktor pendorong pada motivasi *selfie posting behavior* adalah karena keinginan atau adanya kebutuhan dalam mendapatkan pengakuan, perhatian, dan penghargaan oleh orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi motivasi *selfie posting behavior* adalah karena kepribadian seperti narsisme, perilaku, latar belakang dan karena adanya faktor pendukung seperti media sosial dan

3. Aspek-aspek motivasi *selfie posting behavior*

Sung, dkk (2016) menjelaskan terdapat empat aspek motivasi *selfie posting behavior*, yaitu:

a. Hiburan

Seseorang mengunggah foto *selfie* karena untuk hiburan atau bersenang-senang, yaitu karena ketika mengunggah foto *selfie* akan mendapatkan tanggapan atau respon dari orang lain yaitu seperti *like* dan komentar.

b. Mencari Perhatian (*Attention Seeking*)

Perilaku *attention seeking* yaitu akan mencari cara untuk menarik perhatian orang lain, karena ingin dikenal orang lain, ingin menarik perhatian lawan jenis, ingin di akui oleh orang lain, dan pamer terhadap sesuatu yang dimiliki.

c. Mengarsipkan

Mengunggah foto pada media sosial umumnya untuk mengarsipkan atau sebagai dokumentasi pada sebuah momen. Karena pada media sosial dapat menyimpan dokumentasi kehidupan seseorang dengan mudah.

d. Komunikasi

Seseorang yang melakukan *selfie posting* dapat membangun sebuah komunikasi, yaitu dari komentar pada foto *selfie* yang diunggah. Selain itu ketika seseorang melakukan *selfie posting*, maka akan mendapatkan tanggapan dari orang lain dan bisa menjadi sebuah obrolan singkat.

Menurut Oktavia dan Sudaryanto (2016), menyebutkan terdapat sembilan aspek pada motivasi *selfie posting behavior*, yaitu :

- a. Mengikuti *trend*, yaitu melakukan *selfie posting* karena adanya trend atau gaya yang sedang *viral*, dengan tujuan supaya tidak ketinggalan trend yang sedang *viral*.
- b. *Self control* pada ekspresi wajah, yaitu ketika individu dapat mengontrol ekspresi wajah yaitu tidak kaku dan senyum tidak terlihat terpaksa, maka individu dapat dengan mudah dalam memotret dirinya sendiri dan kemudian diunggah ke media sosial.

- c. Mudah dalam proses foto, individu yang dengan mudah mendapatkan hasil foto *selfie* mempunyai intensitas lebih banyak dalam melakukan *selfie posting*. Mudah dalam proses foto dapat dikarenakan individu merasa puas dengan dirinya sendiri, mudah dalam mengontrol ekspresi wajah dan mempunyai kepercayaan diri yang tinggi.
- d. Mengabadikan momen, dengan adanya media sosial yang dimana individu dapat mengunggah hasil *selfie* pada suatu moment untuk mengabadikannya dan untuk mengarsipkan suatu moment dengan mudah.
- e. Menambah rasa kepercayaan diri, yaitu ketika mengunggah foto *selfie* dan mendapatkan respon yang baik dari orang lain, maka hal tersebut dapat menambah rasa kepercayaan diri pada individu
- f. Adanya *supply and demand*, yaitu individu melakukan *selfie posting* karena adanya permintaan dari orang lain yaitu seperti pengikut di sosial media.
- g. Mencari hiburan, dengan mengunggah foto *selfie* pada media sosial bisa mendapat hiburan yaitu seperti ketika foto yang diunggah banyak dilihat dan mendapatkan berbagai macam tanggapan dari orang lain.
- h. Keinginan untuk mendapatkan apresiasi, yaitu individu melakukan *selfie posting* karena adanya keinginan mendapatkan apresiasi atau pengakuan dari orang lain.
- i. Keinginan untuk menunjukkan eksistensi diri, yaitu ketika melakukan *selfie posting* individu cenderung ingin lebih dikenal dan mendapatkan pengakuan oleh orang lain mengenai keberadaan dirinya sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek pada motivasi *selfie posting behavior* yaitu hiburan, mengabadikan dan mengarsipkan sebuah moment, membangun sebuah komunikasi, keinginan mendapatkan tanggapan dari orang lain, dan mengikuti trend yang ada.

B. Narsisme

1. Pengertian Narsisme

Menurut Raskin dan Terry (1988), narsisme adalah rasa kagum pada diri sendiri yang ditandai dengan bersikap tidak mau menerima atau menanggapi kritik, kebiasaan berfantasi, dan kurang baik dalam hubungan interpersonal. Menurut Chaplin (Aqilah, 2021) narsisme adalah rasa cinta kepada diri sendiri yang berlebihan serta terlalu fokus kepada diri sendiri dalam memberikan perhatian. Narsisme mempunyai persaan yang berlebihan terhadap pentingnya dirinya sendiri dan ketertarikan yang berlebihan pada diri sendiri (Husni, 2019). Individu yang narsisme biasanya mempunyai persaan bahwa dirinya hebat, selalu senang ketika dipuji serta dikagumi oleh orang lain, dan cenderung mempunyai perasaan empati yang lemah (Fauziah, 2020).

Aparci (2018) menjelaskan bahwa narsisme dapat ditandai dengan adanya rasa superioritas, kekaguman diri yang berlebihan, merasa dirinya paling sempurna, kurang peduli terhadap orang lain, melakukan foto *selfie* dan diunggah ke media sosial, cenderung mencari perhatian, keinginan untuk mendapatkan pujian dan membesar-besarkan diri. Individu dengan kepribadian narsisme akan merasa bahwa dirinya penting dan ingin mendapatkan perhatian dari orang lain, peka terhadap pandangan dirinya pada orang lain, selalu memikirkan kepentingan pribadi dan mengabaikan perasaan orang lain (Esa, 2018)

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa narsisme merupakan cinta kepada diri sendiri yang berlebihan, merasa paling baik daripada orang lain, hanya berfokus pada dirinya sendiri dan merasa bahwa dirinya perlu untuk dikagumi oleh orang lain.

2. Jenis-jenis Narsisme

Menurut Freud (Siregar, 2018) narsisme memiliki dua jenis yaitu :

- a. Narsisme primer, yaitu tahap perkembangan moral pada awal masa bayi yang belum bisa dalam membedakan antara dunia objek eksternal dengan dirinya sendiri untuk menuju kondisi ketertarikan objek.
- b. Narsisme sekunder, yaitu tahap yang muncul bersamaan dengan perkembangan ego, yaitu individu mulai mengembangkan adanya ketertarikan kepada orang lain.

Menurut Handayani (2014), terdapat dua jenis narsisme, yaitu :

- a. Narsisme tidak tampak

Narsisme tidak tampak menggambarkan kecenderungan pada individu yang menunjukkan sikap yang rapuh, ingin menjadi lebih baik dari orang lain, merasa kurang, menyangkal. Individu dengan gangguan narsisme cenderung tidak menyukai dengan kritikan, sering terlihat khawatir, gugup, mengeluh dan emosional.

- b. Narsisme tampak

Narsisme tampak menunjukkan kecenderungan individu yang menganggap bahwa dirinya istimewa, sering memamerkan diri, menginginkan pujian dari orang lain. Individu cenderung keras kepala dan sering menentukan sesuatu pada lingkungannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis narsisme yaitu narsisme primer, belum bisa membedakan objek eksternal dengan dirinya dan narsisme sekunder, mulai adanya ketertarikan kepada orang lain. Narsisme tidak tampak yaitu, merasa kurang dan sering khawatir, dan narsisme tampak sering pemer dan cenderung keras kepala.

3. Aspek-aspek narsisme

Menurut Raskin dan Terry (1988) terdapat beberapa aspek pada narsisme yaitu:

- a. *Authority*

Authority adalah kebiasaan bahwa manusia akan cenderung patuh pada perintah dari orang yang dihormati, atau anggapan bahwa seseorang yang mempunyai otoritas merupakan cara untuk mempengaruhi orang lain.

b. *Self-sufficiency*

Self-sufficiency merupakan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pada diri sendiri dengan kemampuan yang dimiliki.

c. *Superioritas*

Superioritas merupakan perasaan yang menganggap bahwa dirinya mempunyai potensi yang lebih segalanya dari orang lain, selain itu keinginan dalam mencapai kesempurnaan dalam semua aspek pada kehidupan. Selain itu superioritas merupakan usaha untuk menutupi kekurangan pada diri sendiri.

d. *Exhibitionism*

Exhibitionism merupakan kebutuhan atau keinginan seseorang untuk menjadi daya tarik atau pusat perhatian karena merasa mempunyai kemampuan yang hebat.

e. *exploitiveness*

Exploitiveness adalah mengeksploitasi orang lain untuk menunjukkan atau menaikkan harga diri dan mencari keuntungan.

f. *Vanity*

Vanity adalah rasa angkuh kepada orang lain dan sering menyombongkan diri sendiri kepada orang lain, memandang orang lain rendah dan menganggap bahwa dirinya yang paling baik dan merasa lebih tinggi dari orang lain.

g. *Entitlement*

Entitlement merupakan perasaan yang menganggap bahwa dirinya berhak mendapatkan sebuah kekuasaan dan perlu untuk mendapatkan keistimewaan dari orang lain. Selain itu adanya keinginan untuk mendapatkan perlakuan khusus.

Menurut DSM-V (*American Psychiatric Association*, 2013), aspek-aspek dari narsistik, yaitu sebagai berikut :

- a. Mempunyai harga diri yang tinggi, yaitu seperti membesar-besarkan bakat yang dimiliki dan berharap diakui oleh orang lain sebagai orang yang paling berbakat.
- b. Sibuk dengan fantasi mengenai kekuatan, kesuksesan, dan keindahan.
- c. Menganggap bahwa dirinya orang yang istimewa dan unik dan hanya bisa dipahami oleh orang khusus.
- d. Mengharapkan kekaguman dari orang lain yang berlebihan.
- e. Mempunyai harapan yang kurang masuk akal
- f. Memanfaatkan orang lain demi mencapai tujuan atau keinginannya sendiri.
- g. Selalu merasa iri kepada orang lain atau menganggap bahwa orang lain merasa iri kepada dirinya sendiri.
- h. Kurangnya empati, yaitu tidak mau mengakui atau mengidentifikasi dengan perasaan dan kebutuhan orang lain
- i. Menunjukkan sikap yang arogan dan sombong kepada orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek pada narsisme yaitu menganggap bahwa dirinya paling baik, keinginan menjadi pusat perhatian, mempunyai harga diri yang tinggi dan keinginan mendapatkan kekaguman dari orang lain.

C. Hubungan antara Narsisme dengan Motivasi *selfie posting behavior* pada Laki-laki Pengguna Media Sosial

Era modern yang teknologi berkembang dengan pesat dan penggunaan internet yang telah menjadi suatu kebutuhan tersendiri. Penggunaan internet dapat digunakan untuk berbagai kegiatan atau kebutuhan yang berhubungan dengan teknologi digital yaitu seperti media sosial. Media sosial merupakan media *online* yang dapat untuk mencari atau membagikan informasi, melakukan komunikasi, menambah pertemanan dan mengunggah foto atau video pribadi. Namun, unggahan paling banyak dalam media sosial adalah foto pribadi atau

foto *selfie*. *Selfie posting* adalah kegiatan individu mengambil foto dirinya sendiri menggunakan kamera *smartphone* dan diunggah pada media sosial. Trend *selfie* telah menjadi gaya hidup dan banyak terjadi pada perempuan, namun tidak dipungkiri bahwa laki-laki juga melakukan *selfie posting* baik itu *selfie* sendiri, *selfie* dengan pasangan atau *selfie* grup.

Selfie posting memiliki daya tarik sendiri karena dengan berkembangnya media sosial ketika melakukan *selfie posting* bisa menambahkan filter-filter yang menarik, karena salah satu tujuan *selfie posting* adalah untuk menarik perhatian orang lain atau untuk mendapatkan pujian dari orang lain. Pada penelitian Biocalti dan Passini (2018) menjelaskan bahwa laki-laki dalam melakukan *selfie posting* karena ingin menunjukkan kekuasaan, atau kehebatan pada dirinya. Motivasi *selfie posting behavior* juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu narsisme. Narsisme adalah perilaku individu yang menunjukkan citra diri yang berlebihan, menganggap dirinya berlebihan pada kemampuan, kesuksesan, dan kepintaran.

Narsisme merupakan motivasi yang relevan terhadap *selfie posting*. Narsisme cenderung mempunyai keinginan untuk mendapatkan kekaguman dan perhatian dari orang lain, maka seseorang akan melakukan *selfie posting*. *Selfie posting* merupakan cara seseorang untuk mempromosikan dirinya sendiri ke media sosial untuk mendapatkan perhatian dari orang lain. Pada penelitian Arpaci (2018) menjelaskan bahwa motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki terjadi karena adanya perilaku narsisme, sikap dan niat.

Robert (Nurmalina, 2020) menjelaskan bahwa narsisme merupakan keinginan yang cenderung meminta pujian, pengaguman diri mengenai kelebihan, kesuksesan, dan kemampuan yang lebih baik dari pada orang lain. Seseorang yang narsisme juga berusaha dalam mempertahankan penilaian yang tinggi pada dirinya sendiri. sementara motivasi *selfie posting behavior* didorong karena keinginan untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain.

Narsisme ditandai dengan adanya rasa superioritas, kekaguman diri yang berlebihan, selain itu cenderung mencari perhatian dan membesar-besarkan

dirinya supaya lebih diakui oleh lain agar dikenal dan diakui oleh orang lain, maka *selfie posting* merupakan salah satu cara untuk mencapai keinginannya tersebut (Arapaci, 2018). Seperti yang dijelaskan pada penelitian sebelumnya bahwa seseorang yang mempunyai narsisme tinggi maka akan lebih sering dalam mengunggah foto *selfie*. Karena dengan *selfie posting* merupakan cara untuk mendapatkan perhatian dari orang lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fox dan Rooney (2015) bahwa laki-laki yang mempunyai intensitas mengedit dan mengunggah foto *selfie* ke media sosial tinggi maka akan cenderung mempunyai kepribadian seperti narsisme, objektivitas diri dan psikopatik.

Seseorang dengan kepribadian narsisme sering memuji dan membicarakan dirinya sendiri kepada orang lain. Sedangkan seseorang yang sering melakukan *selfie* dan mengunggahnya ke media sosial maka bisa dikatakan narsisme (Fauziah, 2020). *Selfie posting* merupakan salah satu cara bagi seseorang yang mengalami narsisme untuk menutupi hal negatif yang ada pada dirinya dengan menunjukkan kemampuan, kelebihan dengan *selfie posting* dan berharap mendapatkan pujian atau perhatian dari orang lain. Orang dengan kepribadian narsisme cenderung obsesi dengan foto *selfie*, karena tujuannya adalah untuk mengunggah foto yang terbaik pada sosial media yang merupakan cara untuk memenuhi keinginan untuk mendapatkan citra yang baik.

D. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki pengguna sosial media. Semakin tinggi narsisme pada laki-laki pengguna media sosial, maka semakin tinggi motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel merupakan sebuah metode yang dilakukan untuk menentukan variabel yang akan dilakukan penelitian. Identifikasi variabel bertujuan untuk memudahkan peneliti ketika melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian adalah segala sesuatu bentuk yang yang telah ditetapkan untuk dipelajari lalu diperoleh suatu informasi, dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini variabel yang akan digunakan adalah:

1. Variabel Tergantung (Y) : Motivasi *selfie posting behavior*
2. Variabel Bebas (X) : Narsisme

B. Definisi Operasional

1. Motivasi *selfie posting behavior*

Motivasi *selfie posting behavior* merupakan motivasi atau alasan individu untuk memotret dirinya sendiri dengan menggunakan kamera smartphone, kemudian hasil foto *selfie* tersebut diunggah pada media sosial.

Pada penelitian ini dalam melakukan pengukuran motivasi *selfie posting behavior* akan menggunakan skala motivasi *selfie posting behavior* yang bersumber dari aspek Sung, dkk (2016) yaitu hiburan, mencari perhatian, mengarsipkan, dan komunikasi. Skor yang tinggi pada skala, menunjukkan tingginya motivasi *selfie posting behavior*. Sedangkan, jika skor yang didapatkan rendah menunjukkan rendahnya motivasi *selfie posting behavior*.

2. Narsisme

Narsisme adalah perilaku seseorang yang merasa bahwa dirinya lebih baik dari orang lain dan cenderung mengharapkan diperlakukan secara istimewa oleh orang lain karena merasa bahwa dirinya adalah orang yang istimewa. Selain itu, cenderung fokus pada dirinya dan tidak menghiraukan orang lain.

Pengukuran untuk narsisme akan diukur menggunakan skala narsisme yang berdasarkan pada aspek-aspek dari Raskin dan Terry (1988) yaitu *authority*, *self-*

sufficiency, superioritas, exhibitionism, exploitaveness, vanity, entitlement. Skor yang tinggi, menunjukkan tingginya narsisme. Sedangkan, jika skor yang didapatkan rendah menunjukkan rendahnya narsisme.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel (Sampling)

1. Populasi

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa populasi adalah subjek yang mempunyai karakteristik serta kualitas yang telah ditetapkan supaya dapat diteliti dan dapat disimpulkan. Populasi merupakan kelompok yang berasal dari subjek dan akan mendapatkan generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2012). Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif laki-laki angkatan 2019-2022 Fakultas Teknik Industri Unissula dengan jumlah 318 mahasiswa. Karakteristik populasi pada penelitian ini yaitu :

- a. Mahasiswa aktif laki-laki Fakultas Teknik Industri Unissula angkatan 2019-2022
- b. Mahasiswa laki-laki yang aktif menggunakan media sosial

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebuah bagian subjek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2013) sampel merupakan bagian dari subjek serta mempunyai jumlah yang lebih sedikit dari populasi. Sampel adalah bagian dari subjek yang mempunyai karakteristik sesuai dengan populasi. Sampel pada penelitian ini yaitu terdiri dari mahasiswa aktif laki-laki Fakultas Teknik Industri Unissula angkatan 2019-2022 yang aktif menggunakan media sosial.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah suatu cara atau metode untuk pengambilan pada penelitian (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Cluster random sampling*, yaitu teknik yang digunakan dalam menentukan sampel jika sumber data atau objek yang diteliti luas . Pada penelitian ini pengambilan data menggunakan *google form* yang disebar

kepada sampel yang sudah ditentukan, melalui ketua angkatan masing-masing untuk kemudian dibagikan ke grup WhatsApp angkatan masing-masing.

D. Metode Pengambilan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. Menurut Sugiyono (2013) skala adalah suatu metode yang digunakan peneliti untuk menyusun pertanyaan tertulis dan kemudian disebarikan untuk diisi oleh responden. Skala yang digunakan pada penelitian ini memiliki 4 kategori jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Skala Motivasi *selfie posting behavior*

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala motivasi *selfie posting behavior* dari Sung, Lee, Kim dan Choi (2016) yang telah diadaptasi oleh Dinda Putri Kartika (2018) yang meneliti mengenai harga diri dan motivasi mengunggah *selfie* dalam aspek attention seeking pada pengguna instagram, dan memiliki nilai reliabilitas 0,815 dan memiliki 19 aitem. Skala tersebut kemudian dimodifikasi oleh peneliti dengan menambahkan aitem *unfavorable*. Skala ini terdiri dari aspek-aspek motivasi *selfie posting behavior* yaitu hiburan, mencari perhatian, mengarsipkan dan komunikasi. Skala motivasi *selfie posting behavior* yang digunakan dalam penelitian dibuat dua jenis aitem yaitu aitem *favorable* dan *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah aitem yang mendukung yaitu sesuai karakteristik, sedangkan *unfavorable* merupakan aitem yang tidak mendukung atau menunjukkan karakteristik. Setiap aitem berisi 4 pilihan jawaban yaitu, Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala motivasi *selfie posting behavior* terdiri dari 20 aitem yang terbagi menjadi 12 aitem *favorable* dan 8 aitem *unfavorable*.

Tabel 1. Blue Print Skala Motivasi *selfie posting behavior*

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1	Hiburan	3	2	5	25%
2	Mencari Perhatian	3	2	5	25%
3	Mengarsipkan	3	2	5	25%
4	Komunikasi	3	2	5	25%
Jumlah		12	8	20	100%

2. Skala Narsisme

Penyusunan skala narsisme yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan aspek dari Raskin dan Terry (1988) yaitu *authority, self-sufficiency, superioritas, exhibitionism, exploitativeness, vanity dan entitlement*. Skala narsisme terdiri dari aitem *favorable* dan *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah aitem yang mendukung yaitu sesuai karakteristik, sedangkan *unfavorable* merupakan aitem yang tidak mendukung atau menunjukkan karakteristik. Setiap aitem berisi 4 pilihan jawaban yaitu, Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala narsisme terdiri dari 34 aitem yang terbagi 15 aitem *favorable* dan 19 aitem *unfavorable*.

Tabel 2. Blue Print Skala Narsisme

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1	<i>Authority</i>	3	2	5	15%
2	<i>Self-sufficiency</i>	2	3	5	15%
3	<i>Superioritas</i>	2	3	5	15%
4	<i>Exhibitionism</i>	2	3	5	15%
5	<i>Exploitativeness</i>	2	2	4	10%
6	<i>Vanity</i>	2	3	5	15%
7	<i>Entitlemen</i>	2	3	5	15%
Jumlah		15	19	34	100%

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas adalah ketinggian alat ukur mampu dalam melakukan pengukuran dengan tepat dan akurat ketika melakukan fungsinya serta tujuan sebagai alat ukur. Validitas merupakan bagian yang penting dan harus dimiliki semua alat ukur, ketika instrumen dapat melakukan pengukuran yang sesuai, maka instrument memiliki validitas yang baik (Azwar, 2012). Alat ukur dengan validitas yang baik mampu menghasilkan tingkat kesalahan yang rendah.

Validitas yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu validitas isi, yang merupakan validitas yang digunakan dalam menguji isi tes dengan menggunakan analisis rasional melalui oleh *professional judgment*, yang dalam hal ini seperti dosen pembimbing.

2. Uji Daya Beda Aitem

Menurut Azwar (2012) uji beda adalah sejauh mana aitem dalam menyeleksi individu yang memiliki sifat atau tidak memiliki sifat yang akan diukur. Pada penelitian ini pengujian daya beda dikerjakan menggunakan pemilihan aitem yang sudah disusun menurut kesesuaian fungsi pada alat ukur dengan alat ukur skala, sehingga dapat menghasilkan koefisien korelasi aitem total. Teknik yang digunakan pada penelitian ini pada pengujian daya beda aitem menggunakan korelasi *product moment* dan dibantu program SPSS versi 25.

3. Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengukuran yang konsisten dalam menunjukkan hasil tes dan dapat memberikan hasil yang sama pada setiap penelitian yang telah dilakukan pada subjek atau kelompok sebelumnya (Azwar, 2012). Hasil pengukuran bisa dikatakan reliabilitas jika bisa menunjukkan hasil yang sama dengan pengukuran yang mungkin akan dilakukan kedepannya menggunakan subjek yang sama. Pada penelitian ini akan menggunakan teknik pengujian reliabilitas *Alpha Cronbach* sebagai cara untuk melihat koefisien reliabilitas

yang telah dihasilkan skala motivasi *selfie posting behavior* dan skala narsisme. Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 25.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan hipotesis yang diajukan apakah diterima atau ditolak. Pada penelitian ini teknik analisis data yang akan dilakukan untuk pengolahan data pada penelitian yaitu korelasi *product moment*. Analisis data pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 25.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan dan Pelaksanaa Penelitian

1. Orientasi Kancan Penelitian

Orientasi kancan penelitian merupakan langkah sebelum penelitian dan untuk mempersiapkan penelitian supaya bisa terlaksana dengan baik. Langkah awal dari penelitian yaitu peneliti harus melakukan observasi terhadap populasi penelitian, serta menyesuaikan karakteristik yang sudah ditentukan. Subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif laki-laki Fakultas Teknologi Industri angkatan 2019-2022 yang terdiri dari 3 prodi, yaitu : Teknik Elektro, Teknik Industri, dan Teknik Informatika Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan

Penelitian dilakukan di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Jl. Raya Kaligawe Km. 4 Semarang, 50112. Telp. (024) 6583584, Fax.(024) 6582455, Email: fti@unissula.ac.id. Fakultas Teknologi Industri berdiri pada tahun 1993 bersamaan dengan berdirinya Program Studi Teknik Elektro. Fakultas Teknologi Industri mempunyai tujuan yaitu diantaranya tercapainya proses rekonstruksi serta pengembangan iptek dalam bidang teknologi industri dan terwujudnya pusat pelayanan serta pengembangan usaha masyarakat dalam bidang teknologi industri. Fakultas Teknologi Industri UNISSULA dipilih oleh peneliti sebagai tempat untuk dilaksanakannya penelitian beralaskan pertimbangan-pertimbangan di bawah ini:

- a. Jumlah responden yang memadai untuk digunakan dalam penelitian.
- b. Karakteristik responden yang digunakan untuk penelitian telah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan.
- c. Lokasi penelitian yang mudah diakses.
- d. Prosedur perijinan mudah dan cepat yang memungkinkan penelitian berjalan dengan lancar

- e. Terdapat permasalahan mengenai motivasi *selfie posting behavior* pada mahasiswa laki-laki.

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Peneliti mempersiapkan dan merencanakan penelitian dengan matang untuk meminimalisir adanya kesalahan dalam penelitian. Beberapa hal yang telah dipersiapkan, antara lain :

a. Tahap Perizinan

Tahap perizinan merupakan bagian yang penting dan dilakukan sebelum dilaksanakan penelitian. Tahap awal perizinan yaitu dengan pembuatan surat perizinan oleh Fakultas Psikologi Unissula yang akan ditujukan kepada Dekan Fakultas Teknologi Industri Unissula dengan nomor 868/C.1/Psi-SA/VII/2023

b. Penyusunan Alat Ukur

Penyusunan alat ukur merupakan proses dalam mempersiapkan alat untuk digunakan peneliti dalam melakukan penelitian, yaitu menyusun skala untuk mengumpulkan data. Skala yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu skala motivasi *selfie posting behavior* dan skala narsisme. Adapun penjelasan tentang skala yang digunakan yaitu :

1) Skala Motivasi *selfie posting behavior*

Skala ini ditujukan untuk mengukur tingkat motivasi *selfie posting behavior* pada mahasiswa laki-laki Fakultas Teknologi Industri Unissula. Skala motivasi *selfie posting behavior* ini menggunakan skala dari Dinda Putri Kartika (2018) yang telah dimodifikasi oleh peneliti yaitu dengan menambahkan aitem *unfavorable*. Skala sebelumnya memiliki 19 aitem dengan reliabilitas 0,815. Setelah dimodifikasi oleh peneliti jumlah aitem pada skala motivasi *selfie posting behavior* yaitu 20 aitem yang berisi 12 aitem *favorable* dan 8 aitem *unfavorable*. Skala ini dibuat berdasarkan aspek-aspek motivasi *selfie posting behavior* dari

Sung, Lee, Kim dan Choi (2016), yaitu hiburan, mencari perhatian, mengarsipkan dan komunikasi.

Responden pada skala ini diharapkan menjawab pernyataan dengan memilih empat jawaban. Pilihan jawaban pada aitem *favorable* yaitu SS (Sangat Sesuai) mempunyai skor 4, S (Sesuai) mempunyai skor 3, TS (Tidak Sesuai) mempunyai skor 2, STS (Sangat Tidak Sesuai) mempunyai skor 1. Pilihan jawaban pada aitem *unfavorable* yaitu STS mempunyai skor 4, TS mempunyai skor 3, S mempunyai skor 2, SS mempunyai skor 1.

Tabel 3. Sebaran Nomor Aitem Skala Motivasi *selfie posting behavior*

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Hiburan	6,9,13	15,17	5
2	Mencari Perhatian	1,8,18	4,12	5
3	Mengarsipkan	5,11,20	10,19	5
4	Komunikasi	3,14,16	2,7	5
Jumlah		12	8	20

2) Skala Narsisme

Skala narsisme yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan aspek dari Raskin dan Terry (1988) yaitu *authority, self-sufficiency, superioritas, exhibitionism, exploitativeness, vanity dan entitlement*. Skala ini berjumlah 34 aitem dengan 15 aitem *favorable* dan 19 aitem *unfavorable*. Skala narsisme memiliki empat pilihan jawaban, pada aitem *favorable* yaitu SS (Sangat Sesuai) memiliki skor 4, S (Sesuai) memiliki skor 3, TS (Tidak Sesuai) memiliki skor 2, STS (Sangat Tidak Sesuai) memiliki skor 1. Pada pilihan jawaban aitem *unfavorable* yaitu STS memiliki skor 4, TS memiliki skor 3, S memiliki skor 2, SS memiliki skor 1.

Tabel 4. Sebaran Nomor Aitem Skala Narsisme

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Authority</i>	1,8,15	23,33	5
2	<i>Self-sufficiency</i>	2,9	16,22,31	5
3	<i>Superioritas</i>	3,25	10,17,24	5
4	<i>Exhibitionism</i>	26,27	4,11,18	5
5	<i>Exploitativeness</i>	19,28	5,12	4
6	<i>Vanity</i>	13,20	6,29,34	5
7	<i>Entitlement</i>	14,21	7,30,32	5
Jumlah		15	19	34

c. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba alat ukur bertujuan untuk mengetahui reliabilitas skala dan daya beda aitem yang dilakukan sebelum penelitian. Uji coba dilaksanakan pada tanggal 27 Juli sampai 30 Juli 2023. Pelaksanaan uji coba dilakukan menggunakan *google form* yang dikirimkan melalui Instagram ketua angkatan dan ketua kelas. Peneliti menyebarkan skala kepada mahasiswa Program Studi Teknik Elektro yang berjumlah 102. Berikut rincian data responden uji coba :

Tabel 5. Data Uji Coba Pada Program Studi Teknik Elektro

No	Angkatan	Jumlah
1	2019	43
2	2020	19
3	2021	20
4	2022	20
Total		102

Langkah selanjutnya yaitu data yang telah terkumpul selanjutnya akan dilakukan pemberian skor yang sesuai prosedur dan analisis menggunakan *SPSS versi 25*.

3. Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Tahapan selanjutnya yaitu menguji daya beda aitem dan estimasi reliabilitas pada skala motivasi *selfie posting behavior* dan skala narsisme. Setelah

pemberian skor, peneliti akan melakukan uji daya beda aitem dan uji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS versi 25*. Hasil hitungan uji daya beda aitem dan reliabilitas pada setiap skala adalah sebagai berikut :

a) Skala Motivasi *selfie posting behavior*

Uji coba daya beda aitem pada skala motivasi *selfie posting behavior* dari 20 aitem didapatkan 19 aitem dengan daya beda tinggi dan 1 aitem dengan daya beda rendah. Koefisien daya beda tinggi pada 19 aitem pada rentang 0,319 sampai 0,541. Koefisien daya beda rendah yang terdapat pada 1 aitem pada 0,189. Kriteria pemilihan aitem dalam korelasi aitem total menggunakan batas $\geq 0,300$. Koefisien reliabilitas pada skala motivasi *selfie posting behavior* yang didapat dari *Alpha Cronbach* dari 19 aitem yaitu sejumlah 0,863, sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 6. Daya Beda Aitem Skala Motivasi *selfie posting behavior*

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	DBT	DBR
1	Hiburan	6,9,13	15,17	5	-
2	Mencari Perhatian	1,8,18	4,12	5	-
3	Mengarsipkan	5,11,20	10,19	5	-
4	Komunikasi	3,14,16*	2,7	4	1
Jumlah				19	1

Keterangan : *aitem dengan daya beda rendah

DBT : Daya Beda Tinggi

DBR : Daya Beda Rendah

b) Skala Narsisme

Berdasarkan hasil uji daya beda pada 34 aitem pada skala narsisme, diperoleh 23 aitem dengan daya beda tinggi dan 11 aitem dengan daya beda rendah. Koefisien korelasi yang digunakan yaitu $\geq 0,250$. Aitem dengan daya beda tinggi yang dimiliki oleh 23 aitem berkisar antara 0,289 sampai 0,569. Koefisien daya beda rendah pada 11 aitem berkisar antara -0,014 sampai 0,244. Estimate reliabilitas *Alpha Cronbach* pada 23 aitem yaitu 0,889, sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 7. Daya Beda Aitem Skala Narsisme

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	DBT	DBR
1	<i>Authority</i>	1,8,15	23*,33	4	1
2	<i>Self-sufficiency</i>	2*,9*	16*,22*,31	1	4
3	<i>Superioritas</i>	3,25*	10,17*,24	3	2
4	<i>Exhibitionism</i>	26,27	4,11,18	5	-
5	<i>Exploitativeness</i>	19,28	5,12*	3	1
6	<i>Vanity</i>	13,20	6,29*,34	4	1
7	<i>Entitlemen</i>	14,21*	7,30,32*	3	2
Jumlah				23	11

Keterangan : *Daya beda aitem rendah

DBT : Daya Beda Tinggi

DBR : Daya Beda Rendah

4. Penomoran Ulang Aitem dengan Nomor Baru

Setelah dilakukan uji daya beda aitem maka aitem dengan daya beda rendah akan dihilangkan dan aitem dengan daya beda tinggi akan tetap digunakan dalam penelitian. Tahap selanjutnya dilakukan penomoran ulang terhadap aitem-aitem dengan daya beda tinggi dalam penyusunan skala motivasi *selfie posting behavior* dan skala narsisme. Sebaran untuk aitem baru pada skala motivasi *selfie posting behavior* sebagai berikut.

Tabel 8. Sebaran Aitem Baru Skala Motivasi *selfie posting behavior*

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Hiburan	6,9,13	15,17 (16)	5
2	Mencari Perhatian	1,8,18 (17)	4,12	5
3	Mengarsipkan	5,11,20 (19)	10,19 (18)	5
4	Komunikasi	3,14,	2,7	4
Jumlah		11	8	19

Keterangan: (...) nomor aitem baru

Tabel 9. Sebaran Aitem Baru Skala Narsisme

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Authority</i>	1,8 (7),15 (12)	33 (22)	4
2	<i>Self-sufficiency</i>	-	31 (21)	1
3	<i>Superioritas</i>	3 (2)	10 (8),24 (16)	3
4	<i>Exhibitionism</i>	26 (17),27 (18)	4 (3),11 (9),18 (13)	5
5	<i>Exploitativeness</i>	19 (14),28 (19)	5 (4)	3
6	<i>Vanity</i>	13 (10),20 (15)	6 (5),34 (23)	4
7	<i>Entitlemen</i>	14 (11)	7 (6),30 (30)	3
Jumlah		11	12	23

Keterangan: (...) nomor aitem baru

B. Pelaksanaa Penelitian

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Cluster Random Sampling*, karena sumber data atau subjek penelitian dan ukuran sampel pada penelitian sangat luas. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa laki-laki Program Studi Teknik Industri dan Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung angkatan 2019-2022. Penelitian dilakukan pada hari Selasa, 1 Agustus 2023 sampai 3 Agustus 2023, penyebaran skala menggunakan *Google Form* yaitu dengan link <https://forms.gle/g8Q7WLCduzAKBFAt9> yang dibagikan melalui *WhatsApp* dan *Instagram* kepada perwakilan mahasiswa setiap angkatan atau kelas. Berikut data responden pada penelitian :

Tabel 10. Data Responden Penelitian

No	Program Studi	Angkatan	Jumlah yang mengisi
1	Program Studi Teknik Industri	2019	16
		2020	26
		2021	28
		2022	19
2	Program Studi Teknik Informatika	2019	24
		2020	11
		2021	9
		2022	21
Total			154

Tabel 11. Data Media Sosial yang Paling Banyak digunakan

No	Media Sosial	Jumlah	Presentase
1	Tik Tok	101	20,61%
2	Instagram	127	25,92%
3	WhatsApp	130	26,53%
4	Twitter	91	18,57%
5	Line	26	5,31%
6	Facebook	15	3,06%
Total		490	100%

Tabel 12. Data Durasi Penggunaan Media Sosial Setiap Hari

No	Durasi Penggunaan Media Sosial	Jumlah	Presentase
1	1-3 Jam	27	17,53%
2	4-6 Jam	75	48,70%
3	7-9 Jam	44	28,57%
4	10-12 Jam	8	5,19%
Total		154	100%

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Program Studi Industri dan Program Studi Informatika angkatan 2019-2022 mayoritas media sosial yang sering digunakan yaitu *whatsApp*, *Instagram* dan *tik tok*, dengan mayoritas durasi penggunaan media sosial yaitu 4-6 jam/hari.

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

Data yang sudah diperoleh dari hasil penelitian selanjutnya akan dilakukan uji asumsi. Pada uji asumsi terdapat uji normalitas dan uji linieritas. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan program *SPSS* versi 25.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat data yang dihasilkan akan bersifat normal atau tidak normal. Uji normalitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Z*. Taraf signifikan yang digunakan pada penelitian ini untuk menentukan data yang bersifat

normal atau tidak normal adalah 0,05. Data yang bersifat normal apabila mempunyai taraf signifikan menunjukkan ($p > 0,05$).

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Std Deviasi	KS-Z	Sig	p	Ket
Motivasi <i>selfie posting behavior</i>	55,86	8,672	0,068	0,074	>0,05	Normal
Narsisme	52,51	8,309	0,054	0,200	>0,05	Normal

Hasil uji normalitas yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh bahwa variabel motivasi *selfie posting behavior* mempunyai nilai *KS-Z* 0,068 dengan taraf signifikan 0,074 ($p > 0,05$). Pada variabel narsisme menunjukkan nilai *KS-Z* 0,54 dengan taraf signifikan 0,200 ($p > 0,05$). berdasarkan hasil yang telah diketahui, maka variabel motivasi *selfie posting behavior* dan variabel narsisme mempunyai distribusi normal.

b. Uji linearitas

Uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan linear dari variabel tergantung dengan variabel bebas. Tujuan dari hasil uji linearitas yaitu untuk mencari tahu signifikan atau tidaknya dari variabel yang telah diteliti. Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam uji linearitas yaitu teknik uji F_{linear} dan menggunakan program *SPSS* versi 25. Hasil dari uji linearitas yang sudah diperoleh adalah F_{linear} sebesar 25,948 dan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,05$), sehingga dari hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa variabel narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* terdapat hubungan yang linier

c. Uji hipotesis

Uji hipotesis memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki pengguna media sosial dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil uji korelasi yang sudah dilakukan, diperoleh $r_{xy} =$

0,377 dengan taraf signifikan $p=0,000$ ($p<0,05$). Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada laki-laki ada hubungan positif yang signifikan.

D. Deskripsi Hasil Penelitian

Tujuan dari deskripsi data penelitian adalah untuk mengetahui gambaran dari skor pada kelompok subjek setelah dilakukan penelitian, selain itu untuk sumber informasi mengenai keadaan subjek yang diteliti. Kategorisasi mempunyai tujuan untuk membagi subjek pada kelompok yang terpisah secara bertahap berdasarkan variabel yang diungkap.

Distribusi normal dibagi menjadi enam bagian yaitu dengan satuan deviasi standar, yaitu tiga bagian berada disebelah kiri *mean* yang merupakan negatif dan tiga bagian disebelah kanan *mean* yang merupakan positif (Azwar, 2012). Distribusi normal pada kelompok subjek penelitian ini terbagi dalam lima satuan standar deviasi, maka didapat $6/5=1,5$. Norma yang digunakan yaitu sebagai berikut:

Tabel 14. Norma Kategori Skor

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1,5 \sigma < x$	Sangat Tinggi
$\mu + 0,5 \sigma < x \leq \mu + 1,5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0,5 \sigma < x \leq \mu + 0,5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1,5 \sigma < x \leq \mu + 0,5 \sigma$	Rendah
$x \leq \mu - 1,5 \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan : μ = Mean hipotetik

σ = Standar deviasi hipotetik

x = Skor yang diperoleh

1. Deskripsi Data Skor Skala Motivasi *selfie posting behavior*

Skala motivasi *selfie posting behavior* terdiri dari 19 aitem yang memiliki daya beda tinggi dan setiap aitem diberi skor 1 sampai 4. Kemungkinan untuk skor minimum akan didapat adalah 19 yang berasal dari (19×1) dan untuk skor tertinggi kemungkinan akan didapat adalah 76 yang diperoleh dari (19×4). Rentang skor skala terbesar dalam penelitian ini

yaitu 57 yang didapat dari $(76 - 19)$, dan untuk standar deviasi sebesar 9,5 yang diperoleh dari $((76 - 19) : 6)$, dan untuk mean hipotetik sebesar 47,5 yang diperoleh dari $((76 + 19) : 2)$.

Didapatkan skor minimum empirik adalah 28, dan skor maksimum adalah 68, mean yang diperoleh yaitu 42,34 serta untuk standar deviasi diperoleh 8,516. Berikut deskripsi skor subjek terhadap *skala motivasi selfie posting behavior*:

Tabel 15. Deskripsi Skor Skala Motivasi *selfie posting behavior*

Deskripsi Skor	Empirik	Hipotetik
Skor minimum	28	19
Skor maksimum	68	76
Mean (M)	42,34	47,5
Standar Deviasi (SD)	8,516	9,5

Berdasarkan mean empirik yang diperoleh, maka rentan skor subjek pada penelitian ini masuk kategori rendah yaitu 42.34. Norma kategorisasi skala motivasi *selfie posting behavior* sebagai berikut:

Tabel 16. Kategorisasi Skor Subjek pada Skala Motivasi *Selfie Posting Behavior*

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentasi
$61,75 < X$	Sangat Tinggi	6	3,9%
$52,25 < X \leq 61,75$	Tinggi	29	18,8%
$42,75 < X \leq 52,25$	Sedang	38	24,7%
$33,25 < X \leq 42,75$	Rendah	66	42,9%
$X \leq 33,25$	Sangat Rendah	15	9,7%
	Jumlah	154	100%



Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Motivasi *selfie posting behavior*

Berdasarkan norma kategorisasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 6 subjek dengan kategori sangat tinggi, dan untuk kategori tinggi terdapat 29 subjek, 38 subjek dengan kategori sedang, 66 subjek kategori rendah, dan 15 subjek dengan kategori sangat rendah. Berdasarkan

hasil tersebut, maka dapat diketahui kategorisasi skor subjek motivasi *selfie posting behavior* adalah rendah.

2. Deskripsi Data Skala Narsisme

Skala narsisme tersusun dari 23 aitem yang memiliki daya beda tinggi dan setiap aitem diberi skor 1 sampai 4. Skor minimum yang didapat oleh subjek dalam skala narsisme adalah 23 yang diperoleh dari (1 x 23) dan untuk skor maksimum yaitu 92 yang diperoleh dari (4 x 23). Rentang skor skala terbesar adalah 69 yang diperoleh dari (92 – 23), untuk rentang skor terbagi dalam enam satuan deviasi standard an mendapatkan nilai standar deviasi 11,5 yang diperoleh dari $((92 - 23)/6)$. Nilai mean hipotetik sebesar 57,5 yang diperoleh dari $((92 + 23)/2)$.

Berdasarkan hasil data penelitian, didapatkan skor minimum empirik adalah 31, dan untuk skor maksimum adalah 83, mean yang diperoleh yaitu 51,27 dan standar deviasi diperoleh 10,342. Berikut tabel deskripsi skor skala narsisme :

Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Narsisme

Deskripsi Skor	Empirik	Hipotetik
Skor minimum	31	23
Skor maksimum	83	92
Mean (M)	51,27	57,5
Standar Deviasi (SD)	10,342	11,5

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, maka rentan skor subjek pada penelitian ini masuk kategori tinggi yaitu dengan mean empirik 51,27.

Norma kategorisasi skala narsisme sebagai berikut:

Tabel 18. Kategorisasi Skor Subjek pada Skala Narsisme

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentasi
$74,75 < X$	Sangat Tinggi	8	5,2%
$63,25 < X \leq 74,75$	Tinggi	12	7,8%
$51,75 < X \leq 63,25$	Sedang	37	24%
$40,25 < X \leq 51,75$	Rendah	83	53,9%
$X \leq 40,25$	Sangat Rendah	14	9,1%
	Jumlah	154	100%



Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Narsisme

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa untuk kategori sangat rendah terdapat 14 subjek, dan untuk kategori rendah terdapat 83 subjek, 37 subjek dengan kategori sedang, 12 subjek kategori tinggi, dan untuk kategori sangat tinggi terdapat 8 subjek. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat diketahui kategorisasi skor subjek adalah rendah.

E. Pembahasan

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada mahasiswa laki-laki Fakultas Teknologi Industri. Melihat dari hasil uji hipotesis, diperoleh $r_{xy} = 0,337$ dengan taraf signifikan $p=0,000$ ($p<0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif serta signifikan antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada mahasiswa laki-laki Fakultas Teknologi Industri. Semakin tinggi narsisme pada laki-laki maka semakin tinggi juga motivasi *selfie posting behavior*, dan begitu juga sebaliknya yaitu semakin rendah narsisme pada laki-laki, maka semakin rendah juga motivasi *selfie posting behavior*. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa narsisme mempengaruhi motivasi *selfie posting behavior* sebesar 14,2%, sedangkan sisanya 85,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hernowo dan Mashoedi (2018) dengan hasil bahwa narsisme mempunyai korelasi terhadap motivasi *selfie posting behavior*, sehingga individu dengan kepribadian narsisme tinggi akan cenderung lebih sering dalam mengunggah foto *selfie*. Narsisme merupakan dimana individu akan lebih memperhatikan dirinya sendiri secara berlebihan, keyakinan terhadap dirinya

sendiri yang berlebihan mengenai kekuasaan, keberhasilan, atau kebutuhan terhadap pengakuan akan kehebatan atau kelebihan (Siregar, 2018).

Menurut Grant (Nurmalina, 2020), motivasi *selfie posting behavior* pada individu terjadi karena adanya dorongan untuk mencari perhatian dari orang lain, hal ini karena perhatian dari orang lain dapat membuat diri individu lebih percaya diri, selain itu karena keinginan dalam mendapatkan pengakuan. Motivasi *selfie posting behavior* juga membuat individu untuk selalu menjaga penampilan supaya tetap terlihat bagus serta mengesankan ketika akan mengunggah *selfie* ke media sosial, sehingga hal tersebut akan membuat individu cenderung kurang peduli terhadap orang lain karena selalu fokus terhadap diri sendiri, tidak menerima kritikan dari orang lain, mudah tersinggung, dan interaksi dengan orang lain cenderung karena ingin memamerkan atau memberitahu mengenai kelebihan pada diri sendiri.

Individu dengan terbiasa motivasi *selfie posting behavior* bisa berdampak mempunyai ciri-ciri narsisme yang memiliki obsesi yang berlebihan dibandingkan dengan individu yang mengunggah foto *selfie* sewajarnya. Semakin tinggi intensitas individu dalam mengunggah foto *selfie*, maka semakin tinggi juga obsesi dalam keinginan untuk tampil sempurna. Menurut Roslina (Nurmalina, 2020), motivasi *selfie posting behavior* dapat mengarah ke narsisme jika motivasi *selfie posting behavior* sudah mengganggu kehidupan dalam sehari-hari dikarenakan obsesi dalam melakukan *selfie posting* secara terus menerus dan sebagian waktunya habis karena *selfie posting* dan akan merasa cemas jika tidak mendapatkan foto *selfie* yang diinginkan untuk diunggah.

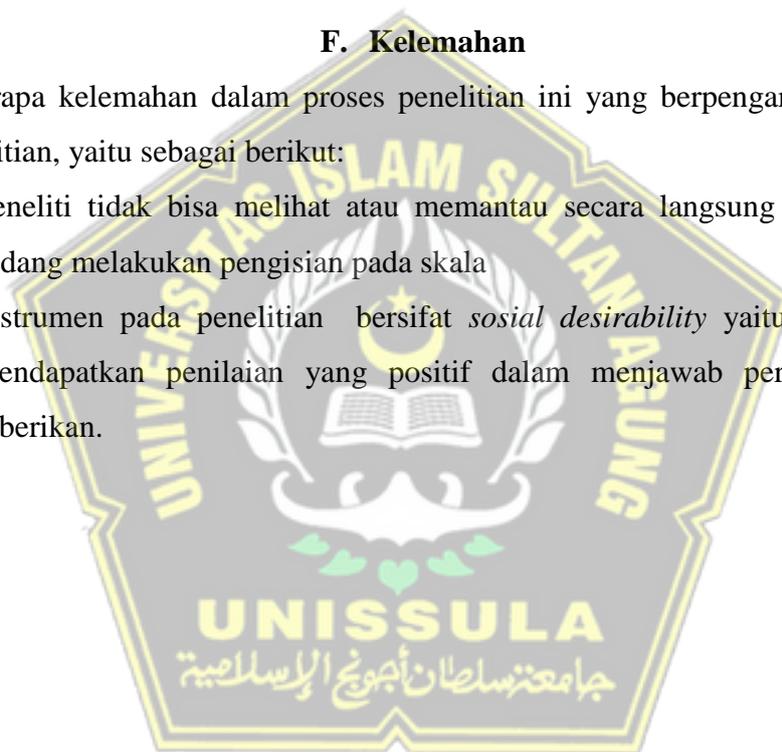
Menurut Yustinus (Aqilah, 2021) perilaku narsisme adalah perilaku yang cenderung cinta kepada diri sendiri secara berlebihan. Narsisme cenderung akan berusaha dalam mempertahankan serta meningkatkan harga diri yang tinggi. Selain itu narsisme juga mempunyai kebutuhan yang kuat pada pengakuan dari orang lain terhadap kelebihan atau keunggulan dirinya sendiri. Individu dengan kepribadian narsisme akan berharap untuk diperlakukan secara istimewa.

Hasil kategorisasi terhadap data motivasi *selfie posting behavior* menunjukkan jika mayoritas subjek mempunyai taraf motivasi *selfie posting behavior* yang rendah, artinya mahasiswa rendahnya motivasi memotret dirinya sendiri untuk diunggah di media sosial. Selanjutnya, hasil kategorisasi pada narsisme menunjukkan hasil yang sama, yaitu mayoritas subjek mempunyai tingkat narsisme yang rendah, artinya mahasiswa tidak memiliki rasa cinta kepada diri sendiri yang berlebihan atau tidak merasa lebih baik daripada orang lain.

F. Kelemahan

Beberapa kelemahan dalam proses penelitian ini yang berpengaruh pada hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti tidak bisa melihat atau memantau secara langsung ketika subjek sedang melakukan pengisian pada skala
2. Instrumen pada penelitian bersifat *sosial desirability* yaitu upaya untuk mendapatkan penilaian yang positif dalam menjawab pernyataan yang diberikan.



BAB V

A. Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif antara narsisme dengan motivasi *selfie posting behavior* pada mahasiswa laki-laki pengguna media sosial di Fakultas Teknologi Industri UNISSULA

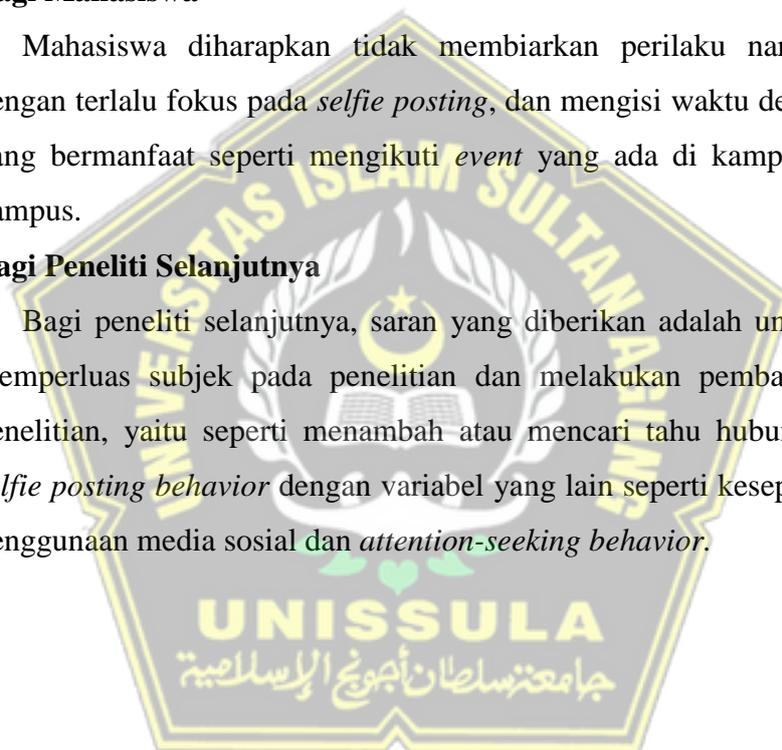
B. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan tidak membiarkan perilaku narsisme yaitu dengan terlalu fokus pada *selfie posting*, dan mengisi waktu dengan kegiatan yang bermanfaat seperti mengikuti *event* yang ada di kampus atau diluar kampus.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, saran yang diberikan adalah untuk bisa lebih memperluas subjek pada penelitian dan melakukan pembaharuan dalam penelitian, yaitu seperti menambah atau mencari tahu hubungan motivasi *selfie posting behavior* dengan variabel yang lain seperti kesepian, intensitas penggunaan media sosial dan *attention-seeking behavior*.



DAFTAR PUSTAKA

- Andita Hernowo, F., & Mashoedi, F. (2018). *The Correlation of Narcissism and Selfie-Posting Behavior on Instagram among Millennials*.
- Arpaci, I. (2018). The moderating effect of gender in the relationship between narcissism and selfie-posting behavior. *Personality and Individual Differences*, 134, 71–74. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.06.006>
- Apdina, T. N. (2020). *Perilaku Selfie Pada Tentara Nasional Indonesia (Tni) Di Kodam Ii Sriwijaya Palembang*. [http://repository.radenfatah.ac.id/7718/1/Skripsi_BAB I.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/7718/1/Skripsi_BAB_I.pdf)
- Aqilah, T. M. (2021). *Hubungan Kesepian dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme Siswa Pengguna Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 di Madrasah Aliyah Negeri Kota Batu (Nomor 17410129)*.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi (Edisi 2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Biolcati, R. (2019). Low Self-Esteem and Selfie Posting Among Young Women. *The Open Psychology Journal*, 12(1), 155–168. <https://doi.org/10.2174/1874350101912010155>
- Biolcati, R., & Passini, S. (2018). Narcissism and self-esteem: Different motivations for selfie selfie posting behaviors. *Cogent Psychology*, 5(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2018.1437012>
- Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology*, 10(2). <https://doi.org/10.5817/CP2016-2-7>
- del Barrio, V. (2013). Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. In *Encyclopedia of Applied Psychology, Three-Volume Set*. <https://doi.org/10.1016/B0-12-657410-3/00457-8>
- Esa, N. D. (2019). Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Motif Mengunggah Foto Selfie di Instagram Pada Remaja di SMA Negeri 1 Sidayu Gresik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 15(2), 9–25.
- Fauziah, R. N. (2020). Intensitas Mengunggah Konten Media Sosial Instagram dengan Perilaku Narsistik pada Remaja Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(4), 562. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i4.5562>
- Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161–165. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017>

- Handayani, N. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Narsisme pada Remaja Pengguna Facebook. *European Journal of Endocrinology*, 171(6), 727–735. <https://ej.e.bioscientifica.com/view/journals/eje/171/6/727.xml>
- Hardika, J., Noviekayati, I., Saragih, S. (2019). Hubungan *Self-Esteem* Dan Kesepian Dengan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Hidayah, H., & Nurrahmi, F. (2019). Adiksi Instagram dan Perilaku *Selfie* pada Remaja. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 173–189. <http://ejournals.umh.ac.id/index.php/BIKOM/article/view/1291>
- Husni, M. (2019). *Selfie* Gangguan Kepribadian Narsistik. *Jurnal Tinta*, 1(1), 105–116. <http://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/jurnaltinta/article/view/146>
- Kartika, D. P. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dan Motivasi Mengunggah *Selfie* Dalam Aspek Attention Seeking Pada Pengguna Instagram. *Skripsi*. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia. *International Journal of Hypertension*.
- McLean, Sian, A., Jarman, Hannah., Rodgers, Rachel. (2019). How do “Selfies” impact adolescents’ well-being and body confidence? A narative review. *Psychology Research and Behavior Management*.
- Mohammadi, K., Movahhedy, dkk (2017). Narsisme Ditinjau Dari Intensitas Mengunggah Swafoto Ke Instagram. *Advanced Drug Delivery Reviews*, 135(January 2006), 989–1011.
- Nurdiana, R. Y. W. (2018). Hubungan Narsisme dan Perilaku *Selfie* (Self-Potrait Sharing) Pada Mahasiswa. *Universitas Muhammadiyah Malang*, 1–61. <http://eprints.umm.ac.id/38263/1/SKRIPSI.pdf>
- Nurmalina. (2020). Hubungan Narsistik dengan Minat *Selfie* pada Tenaga Pendidik dan Kependidikan Perempuan di Sekolah Kecamatan Rumbio Jaya. *Skripsi*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Oktavia, D. A. R., & Sudaryanto, E. (2018). Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Dalam Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Foto Swafoto Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Representamen*, 4(01), 1–9. <https://doi.org/10.30996/representamen.v4i01.1420>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. Universitas Bina Sarana Informatika. *Journal Global Komunikasi*
- Ramadhan, A., Hatuwe, M., Nurliah. (2018). Motif Foto *Selfie* Di Instagram Pada Siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of*

Personality and Social Psychology, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>

- Saragih, V, A, P. (2021). Hubungan Narsisme Dengan Intensitas Mengunggah Foto *Selfie* Di Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Skripsi. Universitas Medan Area.
- Sedikides, C., Rudich, E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M., & Rusbult, C. (2004). Are normal narcissists psychologically healthy?: Self-esteem matters. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(3), 400–416. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.3.400>
- Simatupang, F. F. (2015). *Fenomena Selfie (Self Portait) di Instagram*. 2(1), 1–15.
- Siregar, F. M. (2018). Hubungan Narsisme Dan Intensitas Posting *Selfie* Pada Remaja Pengguna Instagram. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., dkk. (2025). *Motivasi selfie posting behaviors are associated with narcissism among men*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&d*. Alfabeta
- Sung, Y., Lee, J. A., Kim, E., & Choi, S. M. (2016). Why we post *selfies*: Understanding motivations for posting pictures of oneself. *Personality and Individual Differences*, 97, 260–265. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.032>
- Taylor, P. (2014). More than half of Millennials have shared a ‘selfie’. Pew Research Center.
- Wang, Y., Xie, X., Wang, X., Wang, P., Nie, J., & Lei, L. (2020). Narcissism and *selfie*-posting behavior: the mediating role of body satisfaction and the moderating role of attitude toward *selfie*-posting behavior. *Current Psychology*, 39(2), 665–672. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9795-9>
- Weiser, E. B. (2015). Narcissism and its facets as predictors of *selfie*-posting frequency. *Personality and Individual Differences*, 86(December), 477–481. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.07.007>