

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN
KECENDERUNGAN NARSISTIK PADA GENERASI Z PENGGUNA
INSTAGRAM**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun Oleh :

Tazkiyyatun Nafsi
(30702100205)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN KECENDERUNGAN
NARSISTIK PADA GENERASI Z PENGGUNA INSTAGRAM**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Tazkiyyatun Nafsi
30702100205

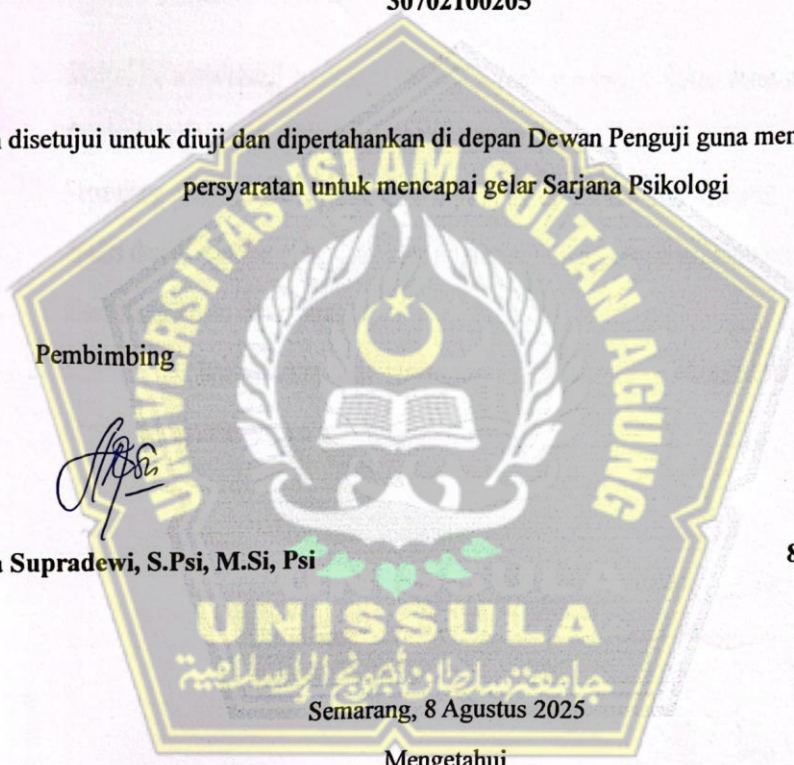
Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

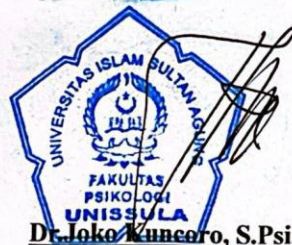

Ratna Supradewi, S.Psi, M.Si, Psi

8 Agustus 2025


Semarang, 8 Agustus 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Dr. Iko Kuncoro, S.Psi., M.Si.

NIK.210799001

HALAMAN PENGESAHAN

**Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Kecenderungan
Narsistik pada Generasi Z Pengguna Instagram**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Tazkiyyatun Nafsi

30702100205

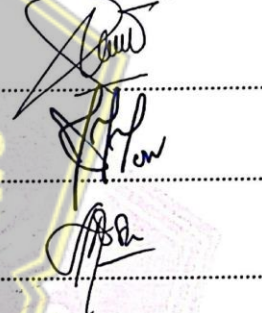
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada 13 Agustus 2025

Dewan Penguji

1. Luh Putu Shanti Kusumaningsih, S.Psi., M.Psi.,
Psikolog
2. Dra. Rohmatun, M.Si., Psikolog
3. Ratna Supradewi, S.Psi., M.Si., Psikolog

Tanda Tangan



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

Semarang, 13 Agustus 2025

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIDN. 2107990014

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Tazkiyyatun Nafsi dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya 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 dan diterbitkan 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, 8 Agustus 2025

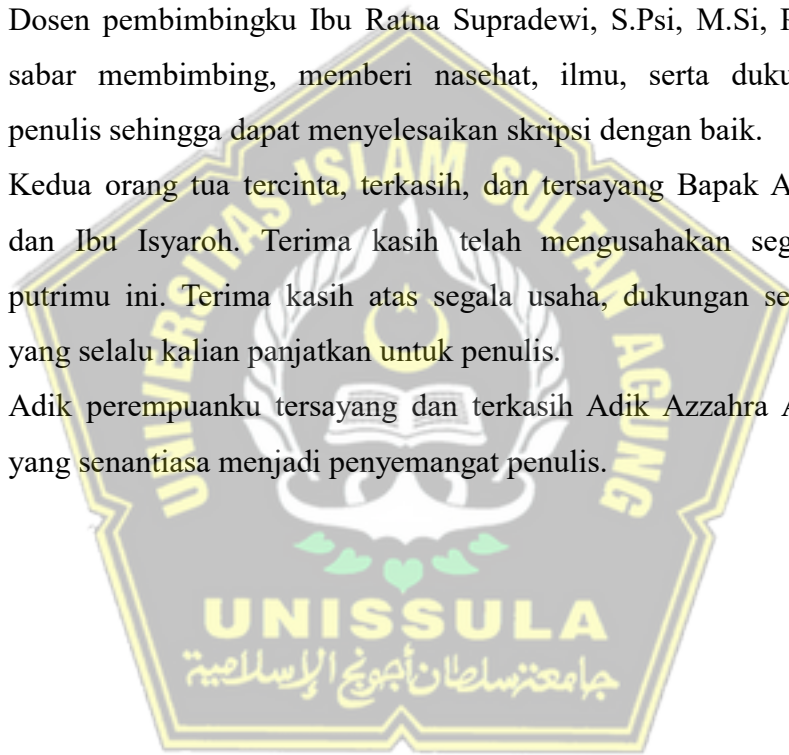


Tazkiyyatun Nafsi
30720100205

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran, dan keberkahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan segenap rasa cinta dan kasih, penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Almamater Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah menjadi tempat untuk menimba ilmu.
2. Dosen pembimbingku Ibu Ratna Supradewi, S.Psi, M.Si, Psi yang telah sabar membimbing, memberi nasehat, ilmu, serta dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Kedua orang tua tercinta, terkasih, dan tersayang Bapak Ahmad Isnaeni dan Ibu Isyaroh. Terima kasih telah mengusahakan segalanya untuk putrimu ini. Terima kasih atas segala usaha, dukungan serta doa hebat yang selalu kalian panjatkan untuk penulis.
4. Adik perempuanku tersayang dan terkasih Adik Azzahra Asilla Rahma, yang senantiasa menjadi penyemangat penulis.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat, hidayah dan ridho yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Psikologi. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada nabi agung, nabi akhir zaman, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya dan semoga kita kelak mendapatkan syafa'at beliau di yaumul qiyamah nanti.

Penulis mengakui dalam proses penulisan ini tidaklah sempurna karena banyaknya kendala dan rintangan, namun dengan bantuan, dukungan, dan motivasi oleh semua pihak menjadikan hal yang terasa berat menjadi ringan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah membantu dalam proses akademik.
2. Bapak Zamroni, S.Psi., M.Psi. selaku dosen wali yang telah membantu dan memberikan saran kepada penulis selama proses pendidikan.
3. Ibu Ratna Supradewi, S.Psi, M.Si, Psi selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan bimbingan dan dukungan dengan penuh kesabaran sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para subjek penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk berpartisipasi dalam proses pengumpulan data. Kesediaan dalam memberikan informasi, menjawab pertanyaan, serta berbagi pengalaman yang sangat berarti dan memberikan kontribusi penting dalam kelancaran penelitian ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu staff Tata Usaha dan perpustakaan Fakultas Psikologi yang telah memberi kemudahan dalam mengurus proses administrasi hingga skripsi ini selesai.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang telah berjasa untuk kehidupan penulis, Bapak Ahmad Isnaeni dan Ibu Isyaroh yang selalu memberikan yang terbaik untuk

- penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, dukungan serta doa untuk penulis. Semoga bapak dan ibu sehat selalu, panjang umur, dan bahagia selalu.
8. Adikku tersayang, Azzahra Asilla Rahma yang selalu menjadi sumber semangat dan keceriaan di tengah penatnya perjuangan ini.
 9. Teman-teman kelas D 2021 yang telah memberikan banyak kenangan kepada penulis selama masa perkuliahan.
 10. Sahabat-sahabat tercintaku, Santi Nurcholisa Aisyah, Widya Ariani, dan Santi Nur Aeni yang telah menemani suka maupun duka penulis dari awal kuliah hingga sekarang.
 11. Teman-teman tersayangku, Aulia Rahmawati Putri, Nuraini Candra dewi, Rosinta Puji Astuti, Sarifatul Zaenab dan Ulin Nikmati Millati Askha yang telah banyak memberikan kebahagiaan bagi penulis.
 12. Tazkiyyatun Nafsi, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit untuk bisa bertahan sampai di titik ini. Terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun seringkali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement.*
 13. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-satu. Terimakasih atas dukungan yang kalian berikan, semoga Allah SWT memberikan kelimpahan kesehatan dan rezeki, serta membalas semua kebaikan kalian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi.

Semarang, 8 Agustus 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
Abstrak.....	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Kecenderungan Narsistik.....	8
1. Pengertian Kecenderungan Narsistik.....	8
2. Aspek-aspek Kecenderungan Narsistik.....	10
3. Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Narsistik.....	12
B. Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Perilaku Narsistik pada pengguna media sosial.....	16
a. Intensitas Mengunggah Konten ke Media Sosial.....	16
b. Jumlah Pengikut.....	17
C. Kepercayaan Diri.....	18
1. Pengertian Kepercayaan Diri.....	18
2. Aspek-aspek Kepercayaan Diri.....	19

3. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri	21
D. Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Kecenderungan Narsistik	23
E. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Identifikasi Variabel	27
B. Definisi Operasional.....	27
1. Kepercayaan Diri.....	27
2. Kecenderungan Narsistik	27
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	28
1. Populasi	28
2. Sampel.....	29
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
D. Metode Pengumpulan Data	30
1. Skala Kepercayaan Diri.....	31
2. Skala Kecenderungan Narsistik	31
E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas	32
1. Uji Validitas.....	32
2. Uji Daya Beda Aitem	33
3. Reliabilitas.....	33
F. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Orientasi Kancan Penelitian.....	35
1. Orientasi Kancan Penelitian	35
2. Pelaksanaan Penelitian	36
3. Uji Coba Alat Ukur	38
B. Uji Daya Beda Aitem dan Reabilitas Alat Ukur.....	39
1. Skala Kepercayaan Diri.....	39
2. Skala Kecenderungan Narsistik	40
3. Penomoran Ulang.....	40
C. Pelaksanaan Penelitian	41
D. Analisis Data Penelitian	42

1. Uji Asumsi.....	42
2. Uji Hipotesis.....	44
E. Deskripsi Variabel Penelitian	44
1. Deskripsi Data Skor Skala Kepercayaan Diri	44
2. Deskripsi Skala Kecenderungan Narsistik	45
F. Pembahasan.....	46
G. Kelemahan Penelitian.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	50
1. Bagi subjek.....	50
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Tabel Populasi.....	29
Tabel 3.2.	Sampel Penelitian	29
Tabel 3.3.	<i>Blue Print</i> skala kepercayaan diri	31
Tabel 3.4.	<i>Blue Print</i> skala kecenderungan narsistik	32
Tabel 4.1.	Aitem Skala Kepercayaan Diri	37
Tabel 4.2.	Aitem Skala Kecenderungan Narsistik	38
Tabel 4.3.	Data Mahasiswa yang menjadi Subjek Uji Coba Alat Ukur.....	39
Tabel 4.4.	Sebaran Daya Beda Aitem pada Skala Kepercayaan Diri	40
Tabel 4.5.	Sebaran Daya Beda Aitem Skala Kecenderungan Narsistik.....	40
Tabel 4.6.	Sebaran Nomor Aitem Skala Kepercayaan Diri	41
Tabel 4.7.	Sebaran Nomor Aitem Skala Kecenderungan Narsistik	41
Tabel 4.8.	Data Mahasiswa yang menjadi Subjek Penelitian	42
Tabel 4.9.	Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4. 10.	Hasil Uji Normalitas Residual	43
Tabel 4. 11.	Distribusi Norma.....	44
Tabel 4. 12.	Deskripsi Skor Kepercayaan Diri	45
Tabel 4. 13.	Kategorisasi Skor Subjek pada Skala Kepercayaan Diri	45
Tabel 4. 14.	Deskripsi Skor Kecenderungan Narsistik	46
Tabel 4. 15.	Kategorisasi Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Norma Kategorisasi Skala Kepercayaan Diri.....	45
Gambar 4.2. Norma Kategorisasi Skala Kecenderungan Narsistik	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Uji Coba.....	62
Lampiran 2. Tabulasi Skala Uji Coba	70
Lampiran 3. Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Skala Uji Coba	83
Lampiran 4. Skala Penelitian	88
Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian	96
Lampiran 6. Analisis Data.....	113
Lampiran 7. Surat dan Dokumentasi Penelitian.....	115



HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN KECENDERUNGAN NARSISTIK PADA GENERASI Z PENGGUNA INSTAGRAM

Tazkiyyatun Nafsi
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Email: kiyanafsi44@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik pada generasi z pengguna instagram. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang dengan sampel penelitian sebanyak 207 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan skala kepercayaan diri dan skala kecenderungan narsistik. Teknik analisis data menggunakan *product moment*. Skala kepercayaan diri dengan 29 aitem memiliki reliabilitas 0.003 serta skala kecenderungan narsistik memiliki 42 aitem dengan reliabilitas 0.005 yang berdistribusi tidak normal, sehingga dilakukan uji normalitas kembali dengan menggunakan uji residual pada kedua variabel. Hasil signifikansi 0.077 yang artinya data dari kedua variabel berdistribusi secara normal. Hasil hipotesis menunjukkan nilai korelasi $r_{xy} = -0.686$ dan signifikansi 0.000 ($p < 0.05$), temuan tersebut mengindikasikan jika ditemukan hubungan negatif pada variabel kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik.

Kata Kunci: Kepercayaan diri, Kecenderungan Narsistik, Instagram

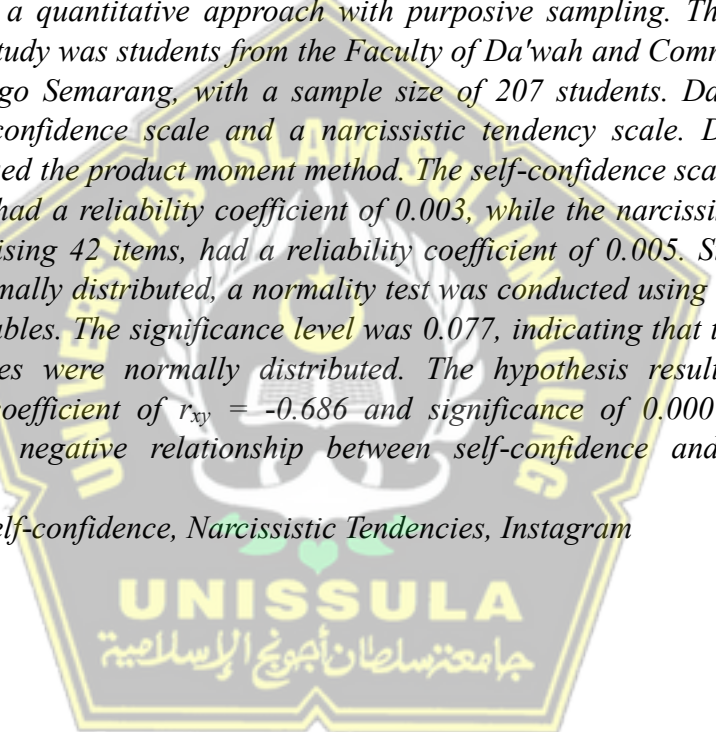
THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONFIDENCE AND NARCISSISTIC TENDENCIES IN GENERATION Z INSTAGRAM USERS

Tazkiyyatun Nafsi
Faculty of Psychology
Sultan agung islamic university
Email: kivanafsi44@gmail.com

Abstract

This study aims to empirically test the relationship between self-confidence and narcissistic tendencies among Generation Z Instagram users. The research method used a quantitative approach with purposive sampling. The population used in this study was students from the Faculty of Da'wah and Communication at UIN Walisongo Semarang, with a sample size of 207 students. Data collection used a self-confidence scale and a narcissistic tendency scale. Data analysis techniques used the product moment method. The self-confidence scale, consisting of 29 items, had a reliability coefficient of 0.003, while the narcissistic tendency scale, comprising 42 items, had a reliability coefficient of 0.005. Since the data were not normally distributed, a normality test was conducted using residual tests on both variables. The significance level was 0.077, indicating that the data from both variables were normally distributed. The hypothesis results showed a correlation coefficient of $r_{xy} = -0.686$ and significance of 0.000 ($p < 0.05$), indicating a negative relationship between self-confidence and narcissistic tendencies.

Keywords: Self-confidence, Narcissistic Tendencies, Instagram



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan pesat dalam bidang komunikasi dan teknologi telah terjadi dalam dua puluh tahun terakhir, sehingga membawa perubahan yang signifikan di dalam cara individu berinteraksi dan mengekspresikan diri. Instagram, merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna membagikan foto dan video serta menunjukkan kehidupan sehari-hari individu narsistik kepada umum. Selain itu, Instagram juga merupakan salah satu *platform* yang paling berpengaruh dalam hal ini. Generasi Z, yang terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, adalah kelompok yang memiliki presentase paling besar dalam menggunakan media sosial, termasuk Instagram.

We Are Social (2021) menjelaskan, Instagram adalah *platform* media sosial paling aktif ketiga, mewakili 86,6% dari pengguna aktif media sosial di Indonesia. Selain itu, pengguna media sosial tertinggi adalah orang-orang di rentang umur 25-34 tahun, sementara pengguna tertinggi kedua adalah orang-orang di rentang umur 18 hingga 24 tahun. Mayoritas pengguna aktif media sosial adalah Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Hal tersebut di dukung oleh penelitian Kurnia (2018) bahwa pengguna aktif media sosial diasumsikan akan meningkat 30% pada tahun 2022, yang menunjukkan bahwa akan lebih banyak anak Generasi Z yang dilahirkan di zaman teknologi. Dengan demikian, populasi pengguna aktif media sosial di Indonesia meningkat sangat cepat.

Wijaya & Godwin (2012) mengatakan, media sosial memiliki manfaat yang baik atau juga sebaliknya konsekuensi negatif. Beberapa manfaat penggunaan media sosial termasuk mempengaruhi kehidupan nyata Generasi Z secara prososial dan antisosial. Penggunaan media sosial dapat dipergunakan secara prososial untuk berteman, berbagi kabar, memperdalam pemahaman, menjalankan bisnis *online* yang menghasilkan profit dalam hal materi. Di sisi lain, dalam hal antisosial media sosial bisa menyebabkan konflik, penyebaran foto dan status

yang tidak membangun. Instagram adalah salahsatu media sosial yang paling aktif digunakan oleh kebanyakan Generasi Z.

Penggunaan Instagram dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Berbagai dampak positif yaitu sebagian individu menjadi lebih kreatif dan tampil menarik. Sedangkan yang lain terus menunjukkan barang-barang yang mereka miliki, seolah-olah Instagram sekarang menjadi tempat untuk berkompetisi. Generasi Z lebih suka mendapatkan pengakuan di media sosial daripada di dunia nyata. Hasil penelitian oleh Ulfa (2019) banyak orang mengunggah gambar atau video hanya untuk mendapatkan tanggapan ataupun *like* dari orang lain. Instagram memiliki dampak negatif bagi Generasi Z, termasuk kehilangan kepercayaan diri, persaingan untuk kehidupan mewah, dan ketidakmampuan untuk menerima realita. Generasi Z turut mengikuti tren dunia dan norma masyarakat karena mereka tidak ingin dianggap ketinggalan zaman oleh teman-teman menjadikan mereka terlalu mencintai dirinya sendiri secara berlebihan atau biasa disebut narsistik.

DSM-V (APA, 2012) menyebutkan bahwa, seseorang dapat dikategorikan mempunyai kecenderungan narsistik apabila mempunyai 5 dari 9 ciri-ciri berikut ini: individu yang melebih-lebihkan kapasitas yang dimilikinya, menganggap dirinya unik dan istimewa, memiliki imajinasi tentang kesuksesan, kekuatan, keelokan atau keanggunan, kemudian memiliki keinginan yang besar untuk dihargai, merasa berhak atas perlakuan istimewa, kurang memiliki rasa peduli, memanfaatkan hubungan dengan orang lain, mengira orang lain sebagai pesaingnya. Neale dkk. menjelaskan (dalam Maria & Sukanto, 2001), individu yang memiliki kecenderungan narsistik sangat mudah tersinggung, bahkan jika individu narsistik tidak menyadarinya, karena harga diri mereka sebenarnya lemah. Mereka seringkali menutupi harga dirinya yang lemah dengan imajinasi yang berlebihan tentang kekuasaan, kekuatan, kesuksesan serta cinta yang ideal.

Raskin dan Terry (dalam Winardi & Permana, 2015) menyebutkan bahwa narsistik tumbuh di lingkungan dimana individu narsistik dihargai karena orang lain memandang individu narsistik dengan baik. Adi & Yudiati (2009) menjelaskan bahwa hasil penelitian telah menunjukkan individu dapat

dikategorikan memiliki kecenderungan narsistik ketika individu lebih suka menyombongkan tentang keunggulannya dengan cara menerangkan segala sesuatu tentang jati diri pada akun media sosialnya serta tidak mau menyalurkan petunjuk bahkan pada saat seseorang memohon pertolongan. (Goodman & Leff, 2011) menyebutkan bahwa, wanita dengan kecenderungan narsistik akan lebih sering mengalami masalah *body image* untuk mendapatkan rasa unggul dan kekaguman pihak lain. Untuk menarik perhatian pria, individu narsistik menunjukkan keelokan fisik dan sensualitas diri. Sebaliknya, pria narsistik umumnya mengutamakan kecerdasan, kekuatan, invasi, materi dan kedudukan untuk memperoleh kepercayaan diri yang salah. Menurut Twenge dan Campbell (2018), dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Generasi Z dan generasi muda menunjukkan karakteristik narsistik yang signifikan. Hal ini dapat diakibatkan oleh budaya media sosial yang menekankan penampilan dan popularitas, dimana individu seringkali membandingkan dirinya dengan individu lainnya.

Freud (dalam Campbell & Miller, 2011) menganggap narsistik sebagai tahap yang ditempuh oleh seluruh anak sebelum menyampaikan cinta diri pada orang-orang yang individu narsistik anggap penting dan pada diri sendiri. Perasaan mental, interaksi, dan pemikiran psikologis merupakan komponen narsistik. Jenis narsistik yang paling umum adalah diri sendiri, kepribadian yang tidak bergantung dengan orang lain, dan menolak kekerasan. Kehidupan erotisnya, individu narsistik lebih suka dicintai daripada mencintai, serta egonya sangat agresif dan menjelma dalam aktivitasnya. Freud (dalam Campbell & Miller, 2011) penjelasan yang negatif tentang jenis kepribadian narsistik ini memiliki keasyikan dengan diri sendiri dan ketegangan antara ego dan superego. Menurut Freud, karena kepribadian narsistik tidak mampu membangun hubungan yang menguntungkan dengan terapi psikoanalisis Freud disebabkan karena libido dan objek individu narsistik dari dunia luar.

Kernberg (dalam Horton & Drwecki, 2006) juga menjelaskan narsisme atau narsistik sebagai dampak dari komponen patologis diri (keyakinan seseorang tentang diri sendiri), diri ideal (citra ideal tentang diri sendiri), dan ideal objek (citra ideal dari orang lain), umumnya dari faktor genetik. Kebanyakan kasus

narsisme membutuhkan kekaguman yang berlebihan. Menurut (DSM IV TR, 2000) Harga diri seseorang yang narsistik umumnya lemah. Individu yang narsistik biasanya sibuk memikirkan cara untuk berperilaku baik yang membuat orang lain senang dengan individu narsistik. Akibatnya, individu yang narsistik lebih sering membutuhkan perhatian dan kekaguman orang lain.

Narsistik adalah kepribadian yang dibentuk oleh rasa percaya diri dan rasa cinta terhadap diri sendiri karenanya menyebabkan dampak buruk, seperti kurang peduli dengan orang lain dan menganggap dirinya istimewa. Selain itu, dampak yang terjadi akibat perilaku narsistik adalah sifat semena-mena, karena mereka cenderung merasa bahwa dirinya sempurna sehingga dapat menetapkan aturan kepada orang lain (Sundaro, Trisnani & Christiana, 2022). Individu yang memiliki kecenderungan narsistik seringkali tidak menghargai perasaan individu lain dan merasa bahwa individu narsistik lebih baik dari individu lain. Individu narsistik mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, namun individu narsistik cenderung mempunyai harga diri yang lemah, akibatnya individu narsistik mudah tersulut emosi dan rapuh secara emosional (Zaeni, 2022).

Percaya diri adalah gambaran dari kemampuan seseorang dalam konteks motif tertentu. McClelland (dalam Luxori, 2005) Kepercayaan diri didefinisikan sebagai pengendalian diri, kemandirian emosional, memiliki kesadaran dan kendali atas kemampuan diri. Lauter (2012) mendefinisikan kepercayaan diri sebagai perilaku atau keyakinan dalam bertindak. Hal ini memungkinkan seseorang tidak selalu merasa khawatir saat bertindak, bebas melakukan apa yang mereka suka, siap menanggung semua tindakannya, komunikatif dan empatik, serta sadar akan potensi dan keterbatasan diri.

Hurlock (1999) mengartikan kepercayaan diri sebagai “keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk melakukan tugas-tugas tertentu dan mencapai hasil yang diinginkan.” Hurlock menekankan bahwa kepercayaan diri berperan signifikan dalam pertumbuhan individu, mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan lingkungan mereka dan dengan orang lain.

Adi & Yudiati (2009) memaparkan bahwa tingkat harga diri individu bisa mempengaruhi kecenderungan narsistik mereka pada media sosial. Hasil dari riset

tersebut menjelaskan bahwa semakin rendah harga diri individu, maka akan semakin narsistik individu tersebut, dan sebaliknya semakin tinggi harga diri seseorang, maka akan semakin rendah kecenderungan individu tersebut untuk narsistik. Hal serupa juga sama dengan hasil penelitian Valkenburg (2006) menjelaskan bahwa, harga diri remaja akan dipengaruhi oleh penggunaan jejaring sosial remaja. Hal ini akan terjadi lebih sering apabila dimanfaatkan untuk berinteraksi bukan untuk menggali informasi. Mehdizadeh (2010) menyebutkan, pengguna yang intens dalam aktivitas daring seringkali menunjukkan harga diri yang rendah serta berusaha membangun kembali citra diri melalui intensitas interaksi sosial dengan sesama pengguna media sosial lainnya.

Pemaparan diatas selaras dengan hasil wawancara kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2024 yang berinisial AN yang berjenis kelamin perempuan, usia 18 tahun:

"Menurut aku, Instagram itu ngaruh banget ke cara kita memandang diri sendiri. Karena sering lihat postingan orang yang serba sempurna, aku jadi ngerasa harus tampil bagus terus biar dapet likes dan komentar. Akhirnya tanpa sadar aku jadi mikirin terus penampilan dan butuh pengakuan dari orang lain. Kadang malah jadi ngerasa minder kalau ga ada yang nge-like. Jadi ya, aku ngerasa Instagram bisa banget bikin kita jadi lebih narsistik, apalagi kalau kita terlalu bergantung sama validasi dari sana."

Wawancara kedua dilakukan dengan salah satu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2022 yang berinisial RM yang berjenis kelamin laki-laki, usia 22 tahun:

"Aku ngerasain sendiri gimana media sosial, khususnya Instagram, bisa bikin kita kayak ketagihan jadi pusat perhatian. Karena aku bikin konten, ada tekanan buat terus tampil dan dapat respon bagus. Dari situ aku sadar, ternyata aku juga pernah ngerasa harus diakui biar ngerasa berharga. Jadi, menurutku kalau gak hati-hati, Instagram bisa banget mendorong orang ke arah perilaku narsistik dan haus validasi."

Wawancara ketiga dilakukan dengan salah satu mahasiswa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2023 yang berinisial NM yang berjenis kelamin perempuan, usia 20 tahun:

"Biarpun aku gak aktif posting, aku tetep bisa lihat banyak temen-temen seumuranku yang pengen di notice di Instagram. Mereka suka posting selfie berlebihan, update terus, bahkan kadang caption-nya kelihatan nyari pujian. Aku pribadi ngerasa sih, Instagram bisa bikin orang jadi narsistik, apalagi kalau mereka belum punya rasa percaya diri yang kuat."

Hasil wawancara kepada tiga subjek mahasiswa Fakultas X tersebut diketahui bahwa mahasiswa tersebut mengalami perilaku kecenderungan narsistik dalam kehidupan sehari-hari. Kecenderungan narsistik disebabkan oleh penggunaan Instagram yang tidak terkontrol serta kurangnya rasa percaya diri, sehingga menyebabkan haus pujian atau validasi dari orang lain.

Penelitian sebelumnya yang berjudul "Gambaran Narsistik pada Remaja dan Implikasinya terhadap Konseling Kelompok" mendapatkan hasil bahwa sebagian besar siswa masuk dalam golongan sedang (76% dari 138 siswa), 13% masuk dalam golongan rendah (23% dari siswa), serta 11% berada dalam kategori tinggi (20% dari siswa). (Choirunnisa dkk., 2020) menemukan tanda-tanda perilaku narsistik pada remaja, termasuk menuntut diri untuk dikenal banyak orang, marah ketika orang lain tidak setuju dengan pendapatnya, mengabaikan orang lain untuk mencapai keinginannya sendiri, dan tidak peduli dengan orang lain. Selain itu, penelitian yang dipaparkan oleh Rosari (2022) yang berjudul "Hubungan antara harga diri dengan narsisme pengguna media sosial Instagram pada remaja" menghasilkan temuan bahwa ditemukan korelasi negatif dalam hubungan antara narsisme dan harga diri remaja yang menggunakan Instagram. Pengujian korelasi *product moment pearson* dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 yang artinya $<0,05$ mengungkapkan bahwa terdapat keterkaitan antara narsisme dan harga diri. Kesimpulan ini dibuat berdasarkan hasil penelitian dan survey pada remaja di SMA N 1 Taman dan SMA 2 Wachid Hasyim Sidoarjo memperoleh taraf harga diri yang tinggi seiring dengan taraf narsisme yang minim. Sebaliknya, semakin minim taraf harga diri maka semakin tinggi narsisme. Hasil temuan penelitian Rennita (2023) yang berjudul "Hubungan antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna Instagram" mendapatkan hasil nilai koefisien korelasi $(r_{xy}) = 0.984$ dengan taraf signifikansi $p < 0.001$ dan nilai $(R^2) = 0.986$ atau 96%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan terdapat keterkaitan

antara tingkat kepercayaan diri dan kecenderungan narsistik pada remaja yang aktif menggunakan Instagram, atau hipotesis yang diterima dalam riset ini adalah semakin meningkatnya kepercayaan diri remaja yang menggunakan Instagram, akan besar pula kecenderungan individu untuk berperilaku narsistik. Kemudian untuk membandingkan dengan penelitian sebelumnya terdapat pada variabel yang akan dibahas, dimana pada penelitian ini berfokus pada 2 variabel yaitu kepercayaan diri dan kecenderungan narsistik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, persoalan yang perlu dibahas dalam penelitian ini "apakah terdapat hubungan antara Kepercayaan diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Generasi Z Pengguna Instagram?".

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan antara Kepercayaan diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Generasi Z Pengguna Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah kajian ilmu psikologi dan komunikasi tentang hubungan kepercayaan diri dan narsisme pada generasi z.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori kepercayaan diri dan kecenderungan narsistik dengan bukti empiris generasi z pengguna instagram.
 - c. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat memberikan informasi tentang seberapa besar presentase hubungan antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik pada generasi z pengguna instagram.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kecenderungan Narsistik

1. Pengertian Kecenderungan Narsistik

Secara epistimologi, istilah "narsistik" diambil dari istilah *narcissistic*. Narsistik merupakan suatu istilah yang merujuk pada individu yang menunjukkan kecenderungan mencintai dirinya sendiri. Rasa cinta terhadap diri sendiri ini dapat dikategorikan sebagai hal yang wajar selama berada dalam batas proporsional. Namun, apabila hal tersebut melampaui batas kewajaran dan menimbulkan gangguan diri sendiri atau individu lain, hal tersebut dipandang sebagai pola kepribadian yang menyimpang. Hardjanta (dalam Zimbardo, 2007). Penjelasan selanjutnya memaparkan bahwa narsis adalah orang yang gemar merias diri, menata penampilan, dan menyanjung diri sendiri. Narsisme adalah tahap awal pertumbuhan individu yang ditandai oleh fokus berlebihan pada diri sendiri disertai dengan minimnya kepedulian terhadap orang lain. Narsisme ini dapat berlangsung tanpa henti sampai periode kedewasaan yang muncul sebagai konsekuensi dari proses fiksasi Barry, Chaplin & Grafeman (2006).

Secara psikologis, perilaku narsistik dapat digolongkan sebagai gangguan kepribadian. Menurut Rathus dan Nevid (2000), individu yang memiliki kecenderungan narsistik menganggap dirinya sendiri secara berlebih-lebihan. Seseorang yang narsistik juga menganggap diri mereka terlalu percaya diri. Namun, rasa percaya diri itu sebagai bentuk penggantian atas ketidakpuasan mereka. Seringkali individu narsistik menjadi pusat perhatian karena terlalu bersemangat. Individu yang mengalami gangguan kepribadian narsistik ini tampak menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang kuat disertai dorongan untuk memperoleh pengakuan atau pujian dari orang lain.

Menurut Widiger & Bornstein (2001), individu yang mengalami gangguan narsistik cenderung memiliki fokus yang sangat besar pada kepentingan diri sendiri dan dorongan kuat untuk memperoleh kekaguman dari orang lain, namun cenderung memiliki ketidakmampuan untuk berempati dengan perasaan

orang lain. Individu yang memiliki perilaku narsisme memiliki beberapa ciri, yaitu memiliki rasa bangga berlebihan pada diri, membesar-besarkan kelebihan dan prestasi yang dimiliki, berharap orang lain terus memuji mereka, bersifat *self-absorbed*, dan sulit berempati pada orang lain (Nevid & Greene, 2015). Seorang yang memiliki kecenderungan narsistik merasa senang jika dipuji, dikagumi, dan dianggap hebat oleh orang lain, mereka juga suka mencari ketenaran, serta sulit menerima kritik dan saran dari orang lain (Ardani & Hadjam, 2011).

Dikutip dari *American Psychiatric Association* dalam DSM V (2013), menyatakan bahwa narsistik merupakan salah satu pola khas dalam struktur kepribadian seseorang yang konsisten. Gangguan narsistik ditunjukkan melalui pemikiran atau perilaku yang melebih-lebihkan keberhasilan, kekuatan, kepintaran, daya tarik fisik, dan cinta ideal, diiringi dengan kebutuhan tinggi akan pujian dari lingkungan serta ketidakmampuan untuk merasakan empati terhadap orang lain.

Davidson dkk. (2014) menyatakan bahwa orang dengan gangguan narsistik cenderung menilai diri secara berlebihan, merasa memiliki keunikan dan kemampuan luar biasa, serta terobsesi pada bayangan keberhasilan. Kepribadian narsistik yang dimiliki oleh seseorang berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap dirinya sendiri. Individu dengan kecenderungan narsistik dapat mengalami hambatan dalam membangun hubungan interpersonal yang harmonis, serta rentan mengalami gangguan psikologis seperti depresi apabila kebutuhan akan validasi dan harga diri tidak terpenuhi.

Menurut DeWall, Buffardi & Campbell (2011), terdapat sejumlah karakteristik individu narsistik dalam media sosial. Pertama, mereka cenderung lebih aktif dalam berinteraksi di lingkungan daring dibandingkan dengan lingkungan nyata. Kedua, individu tersebut sering mengunggah konten yang menonjolkan pencapaian atau kelebihan diri. Ketiga, tingkat narsisme dalam diri mereka cenderung meningkat apabila konten yang dibagikan mendapatkan perhatian atau apresiasi dari pengguna lain.

Orang dengan sifat narsistik seringkali menampilkan pengakuan dari pihak lain yang menganggap dirinya istimewa, sukses, dan idealis. Hal ini dilakukan ketika seseorang yang narsistik menganggap bahwa stabilitas harga dirinya mulai terguncang ketika mereka memperoleh kritikan maupun saran yang mengubah cara individu narsistik berpikir atau bertindak. Bukan karena keegoisan, tetapi hal tersebut didorong oleh dorongan untuk menutupi perasaan ketidakmampuan serta rendahnya penghargaan terhadap diri sendiri (Sabekti dkk, 2019).

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa individu yang memiliki kecenderungan narsistik menganggap bahwa dirinya hebat dan luar biasa, kesenangan fantasi akan keberhasilan, keyakinan bahwa dirinya memiliki kedudukan yang tinggi, memanfaatkan hubungan interpersonal untuk kepentingan pribadi, menolak kritikan dari orang lain, kurang empati, dan arogan.

2. Aspek-aspek Kecenderungan Narsistik

Menurut Dianelia R. S. Kembaren (2016) mengutip dari teori Raskin & Terry, kecenderungan narsistik meliputi 6 komponen, yaitu:

- a. *Authority* (Kekuasaan). Kecenderungan narsistik dapat dilihat dari tingkah laku yang lebih menonjol dari orang lain. Mereka cenderung lebih suka berkuasa dan memiliki otoritas membuat keputusan secara mandiri.
- b. *Self Sufficiency* (Kemandirian). Individu ini percaya bahwa mereka dapat memenuhi kebutuhannya. Hal ini selaras dengan dorongan individu untuk meraih pencapaian, bersikap mandiri, menunjukkan ketegasan, serta memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri.
- c. *Superiority* (Keunggulan). Individu yang narsistik cenderung merasa bahwa dirinya sempurna, hebat, dan terbaik.
- d. *Exhibitionism* (Kecenderungan untuk menunjukkan diri secara mencolok). Penampilan fisiknya sangat terlihat karena ingin mendapatkan pujian dari pihak lain untuk citra diri. Misalnya mengupload potret diri secara teratur.

- e. *Exploitativeness* (Memanfaatkan orang lain untuk kepentingan pribadi). Mereka seringkali merendahkan orang lain untuk meningkatkan harga diri.
- f. *Vanity* (Kesombongan). Menghindari saran atau masukan dari orang lain atau dapat dianggap sombong dan angkuh.
- g. *Entitlement* (Perasaan berhak mendapatkan sesuatu). Mereka cenderung egosentris, yang berarti mereka hanya melakukan pilihan mereka sendiri tanpa mempertimbangkan lingkungan sekitar, meskipun ini berlawanan dengan pendapat pihak lain.

Penelitian oleh Engkus dkk. (2017), menyebutkan bahwa aspek-aspek kecenderungan narsistik adalah sebagai berikut:

- a. Menunjukkan rasa superioritas yang berlebihan serta meyakini bahwa dirinya memiliki nilai yang sangat tinggi atau penting
- b. Penuh dengan imajinasi
- c. Meyakini bahwa dirinya merupakan pribadi yang istimewa dan berbeda dari individu lain
- d. Menunjukkan dorongan yang tinggi untuk memperoleh pengakuan dan apresiasi dari lingkungan sekitar
- e. Mengambil manfaat dari jalinan sosial
- f. Minim rasa empati terhadap orang lain
- g. Memiliki rasa dengki
- h. Angkuh dan sombong

Skodol (dalam Hikmat, 2016) merumuskan 2 aspek dalam perilaku narsistik. Pertama, seseorang yang narsis menunjukkan sifat dominan ingin menguasai lebih dari dua bidang. Kedua, seseorang yang narsistik tidak memiliki empati dan iba kepada individu lain karena mereka yakin bahwa mereka adalah individu penting dan bisa diandalkan.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek kecenderungan narsistik adalah adanya perasaan bahwa dirinya memiliki kedudukan yang tinggi dan megah, mencari perhatian orang lain, tidak memiliki empati, dan seringkali berperilaku sombong dan arogan.

3. Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Narsistik

Puspitasari (2015) menyebutkan bahwa, Instagram merupakan salahsatu *platform* media sosial paling populer untuk narsis, karena Instagram memungkinkan pengguna langsung memberi tahu *followers* mereka apa yang sedang mereka lakukan atau kerjakan. Banyak individu yang berusaha meraih pengakuan yang berlebihan terhadap kehidupan mereka serta merasa tidak puas apabila ada orang lain yang dianggap lebih baik daripada diri mereka. Oleh karena itu, mereka seringkali meng-*upload* foto diri mereka di media sosial untuk memenuhi hasrat.

Pieter dan Lubis (2010) memaparkan bahwa kecenderungan narsistik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor biologis dan psikologis. Sedikides, Gregg dkk (Wahyuni & Nurdin 2002) menyebutkan bahwa terdapat beberapa hal yang dapat memengaruhi narsistik, seperti *self-esteem*, gangguan depresi, kondisi kesepian dan persepsi pribadi terhadap perasaan.

Menurut Sigmund Freud (1914) dalam *On Narcissism*, perilaku narsistik dipengaruhi oleh faktor psikologis yaitu:

a. *Self-control* (Kontrol Diri)

Self-control (kontrol diri) merupakan kemampuan individu dalam menyesuaikan diri atau berperilaku dalam lingkungan sosial, dengan tujuan memperoleh pengakuan masyarakat (Papilia, 2004). Menurut Averill (dalam Sarafino & Smith, 2011) kontrol diri terdiri dari tiga komponen: kemampuan individu dalam meregulasi perilaku, fungsi intelektual individu, dan kemampuan membuat ketetapan. Tingkat kontrol diri yang dimiliki seseorang memiliki dampak pada perilaku yang mengarah pada narsistik. Semakin rendah tingkat kontrol diri yang dimiliki individu, maka semakin tinggi kecenderungan terhadap perilaku narsistik. Sebaliknya, semakin tinggi kemampuan kontrol diri, maka kecenderungan untuk menunjukkan perilaku narsistik akan semakin rendah.

b. *Self-esteem* (Harga Diri)

Harga diri (*self-esteem*) merupakan suatu bentuk refleksi diri yang dilakukan individu melalui pemberian penghargaan terhadap nilai atau

keberadaan dirinya (Nur Aziz, 2006). Harga diri juga dapat diartikan sebagai bentuk keyakinan diri seseorang dalam mencapai tujuan yang sesuai dengan orientasi kepentingannya, serta kemampuan untuk menghargai segala bentuk hasil pencapaian, baik yang bernilai positif maupun negatif. Harga diri memiliki pengaruh terhadap perilaku narsistik. Individu dengan tingkat harga diri yang rendah cenderung menunjukkan kecenderungan narsistik yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi cenderung menunjukkan perilaku narsistik yang rendah (Dewi, & Ibrahim, 2018). Hal ini sejalan dengan temuan yang dikemukakan oleh Gustina, Aiyub dan Ardhia (2021), menunjukkan bahwa tingkat harga diri berperan dalam memengaruhi kecenderungan individu terhadap perilaku narsistik. Individu dengan tingkat harga diri tinggi cenderung memiliki tingkat perilaku narsistik yang rendah, sementara individu yang memiliki harga diri rendah cenderung menunjukkan perilaku narsistik yang lebih besar.

c. Kesepian

Kesepian didefinisikan sebagai kondisi di mana individu mengalami perasaan terisolasi atau tidak diterima oleh kelompok sosialnya, disertai dengan persepsi bahwa keberadaannya tidak memperoleh perhatian dari lingkungan sosial di sekitarnya (Sampao, 2005). Krisnadi dan Adhandayani (2022) mengemukakan bahwa perasaan kesepian berpotensi memengaruhi munculnya perilaku adiktif terhadap media sosial. Kesepian merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kecenderungan individu dalam menunjukkan perilaku narsistik. Individu dengan tingkat kesepian yang tinggi cenderung memiliki kecenderungan narsistik yang lebih besar, sedangkan individu yang merasa kurang kesepian cenderung menunjukkan tingkat perilaku narsistik yang lebih rendah. Pernyataan ini di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Hardika, Noviekayati dan Saragih (2019) yang menemukan bahwa orang yang memiliki kecenderungan narsistik yang tinggi cenderung mengalami tingkat kesepian yang lebih tinggi, sedangkan individu dengan tingkat kesepian yang rendah cenderung menunjukkan kecenderungan narsistik yang lebih rendah.

d. Penerimaan Diri

Penerimaan diri, juga dikenal sebagai *self-acceptance* adalah proses penerimaan diri secara utuh, dimana individu secara sadar dan tulus mengakui seluruh aspek positif maupun negatif yang ada dalam dirinya (Kuang, 2010). Penerimaan diri berpengaruh terhadap kecenderungan narsistik individu, dimana peningkatan kecenderungan narsistik cenderung diikuti oleh penurunan kemampuan individu dalam menerima dirinya secara utuh.

e. Citra Diri

Menurut Yusuf (2015), gambaran diri dapat diartikan sebagai persepsi individu, baik secara sadar maupun tidak sadar, terhadap bentuk, ukuran, fungsi, penampilan, serta potensi tubuh yang dimilikinya. Gambaran diri seseorang tentang diri mereka dapat mempengaruhi perilaku narsisme, misalnya orang yang memiliki gambaran diri yang positif mungkin memiliki kecenderungan narsistik yang tinggi (Purnamasari & Agustin, 2019). Narsisme merupakan kemampuan individu dalam mempertahankan citra diri yang cenderung positif sebagai bentuk pemahaman dan pengelolaan terhadap dirinya sendiri. (Pincus dkk, 2009).

f. *Subjective Well-Being* (Kesejahteraan subjektif)

Subjective Well-Being merupakan suatu keadaan psikologis yang cenderung positif, yang tercermin melalui penilaian individu terhadap tingkat kepuasan hidupnya sejak masa kanak-kanak hingga dewasa (Here & Priyanto, 2014). Sejumlah penelitian mengemukakan bahwa *subjective well-being* berpengaruh terhadap perilaku narsistik individu. Individu dengan tingkat perasaan positif yang tinggi cenderung menunjukkan kecenderungan perilaku narsistik yang rendah, sedangkan individu yang mengalami perasaan negatif cenderung memperlihatkan tingkat perilaku narsistik yang lebih tinggi. Pernyataan ini selaras dengan hasil temuan yang dilakukan Utami, Ramadhani & Lestari (2020) menyebutkan bahwa individu dengan tingkat kesejahteraan subjektif yang positif cenderung memiliki tingkat perilaku narsistik yang rendah dan sebaliknya, individu dengan sifat subjektif yang rendah memiliki perilaku narsistik yang tinggi.

g. Tipe Kepribadian

Kepribadian dapat diartikan sebagai gabungan pikiran, emosi, dan perilaku yang saling terkait dan berperan dalam menentukan respons individu terhadap situasi, penyelesaian masalah, serta pengambilan keputusan pribadi. Kepribadian secara umum diklasifikasikan ke dalam dua tipe, yakni introvert dan ekstrovert. Individu dengan kepribadian introvert cenderung berfokus pada diri serta dunianya sendiri, sementara individu dengan kepribadian ekstrovert lebih berorientasi pada lingkungan sosial di sekitarnya. Tipe kepribadian ini juga berperan dalam tingkat kecenderungan narsistik seseorang, dimana individu yang ekstrovert memiliki kecenderungan narsistik yang lebih tinggi dibandingkan dengan individu yang introvert (Permadi dkk., 2020).

h. *Fear Of Missing Out*

Fear Of Missing Out atau yang seringkali disebut dengan FOMO dapat didefinisikan sebagai rasa keinginan seseorang untuk selalu terhubung dengan aktivitas orang lain, keengganan untuk melewatkan informasi, serta perasaan bahwa individu lain menjalani pengalaman yang lebih menyenangkan dibandingkan dirinya (Przybylskiet dkk., 2013). FOMO berpotensi mendorong seseorang untuk menunjukkan perilaku narsistik di media sosial (Pristaliona dkk., 2022). Hal tersebut dikarenakan media sosial berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh dan menyebarkan informasi, sekaligus menjadi wadah untuk mendapatkan pengakuan atau pujian dari orang lain.

i. Perfeksionisme

Individu narsistik sering berusaha tampil sempurna agar terlihat lebih unggul dibanding orang lain. Perfeksionisme ini dapat meningkatkan stres, konflik interpersonal, dan mempertahankan citra diri palsu (Nealis dkk., 2016).

j. Kerapuhan Emosional & Sensitivitas terhadap kritik

Individu narsistik, terutama narsisme rentan (*vulnerable narcissism*), cenderung memiliki emosi yang rapuh, mudah tersinggung, merasa tidak

dihargai, dan sangat peka terhadap penolakan maupun kritik (Pincus & Lukowitsky, 2010).

Berdasarkan hasil pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis meliputi kebutuhan akan harga diri, pengakuan, validasi diri, serta kemampuan dalam mengatur emosi.

Faktor penyebab kecenderungan narsistik yaitu meliputi faktor biologis, psikologis, dan sosiologis. Menurut Lubis (dalam Apsari, 2012) yaitu:

a. Faktor Biologis

Secara aspek biologis, gangguan narsistik cenderung lebih sering dialami oleh individu yang memiliki orang tua dengan kepribadian narsistik. Selain itu, faktor seperti jenis kelamin, usia, fungsi hormonal, serta karakteristik fisik lainnya turut berkontribusi terhadap pembentukan kepribadian narsistik.

b. Faktor Psikologis

Narsistik dapat timbul akibat aspirasi yang tidak realistis atau karena rendahnya tingkat penerimaan terhadap diri sendiri.

c. Faktor Sosiologis

Setiap individu dari berbagai latar belakang berpotensi mengalami narsistik, dengan mempertimbangkan perbedaan antar kelompok budaya tertentu serta bentuk reaksi narsistik yang muncul pada masing-masing kelompok tersebut.

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Perilaku Narsistik pada pengguna media sosial.

a. Intensitas Mengunggah Konten ke Media Sosial

Gen Z biasanya menggunakan media sosial untuk memposting kegiatan keseharian individu narsistik, media sosial dipahami sebagai platform daring yang mempermudah pengguna dalam berbagi informasi maupun berinteraksi dengan orang lain. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Fauziah (2020), salahsatu faktor yang mempengaruhi perilaku narsistik pada Gen Z adalah intensitas mengunggah konten di Instagram. Individu yang memiliki frekuensi unggahan konten yang tinggi di Instagram cenderung menunjukkan tingkat perilaku narsistik yang lebih tinggi, sedangkan rendahnya intensitas dalam mengunggah konten berkorelasi dengan tingkat perilaku yang lebih rendah. Hal

ini selaras dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Wibowo & Silaen (2018), yang mengidentifikasi adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan perilaku narsistik, di mana semakin tinggi frekuensi penggunaan media sosial, semakin besar kecenderungan individu menunjukkan perilaku narsistik.

b. Jumlah Pengikut

Jumlah pengikut atau yang dikenal dengan istilah *followers*, dapat memengaruhi perilaku narsistik, dimana semakin banyak pengikut yang dimiliki seseorang di Instagram, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut dalam menampilkan perilaku narsistik.. Hal ini sesuai dengan hasil riset yang dilakukan oleh Arif (2017), yang mengungkapkan bahwa perasaan senang yang muncul akibat banyaknya jumlah *followers* dan *likes* dapat berkontribusi terhadap pembentukan sikap narsistik pada seseorang.

Dalam literatur psikologi modern, kecenderungan narsistik dipahami sebagai hasil dari interaksi berbagai faktor perkembangan, sosial, dan biologis. Brummelman dkk. (2015) menjelaskan bahwa pola asuh orang tua dengan *overvaluation* atau pujian berlebihan dapat menumbuhkan superioritas yang tidak realistis pada anak. Sebaliknya, pola asuh yang ditandai dengan pengabaian atau penolakan emosional justru dapat mendorong individu membentuk narsisme sebagai mekanisme pertahanan diri (Cai dkk., 2020). Faktor lingkungan juga memainkan peran penting, seperti budaya yang mengutamakan individualisme serta tekanan untuk menampilkan diri secara ideal di media sosial. Twenge dan Campbell (2009) menegaskan bahwa perubahan budaya digital yang menekankan popularitas, validasi, dan pengakuan sosial berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku narsistik pada generasi muda.

Selain faktor sosial, penelitian juga menunjukkan adanya kontribusi biologis dan neuropsikologis terhadap munculnya narsisme. Schulze dkk. (2013) menemukan bahwa rendahnya volume *insula anterior* dalam otak berkaitan dengan lemahnya kemampuan empati, yang merupakan ciri khas dari narsisme. Jauk dkk. (2017) menambahkan bahwa sistem penghargaan otak (*reward*

circuitry) yang lebih sensitif terhadap pujian memperkuat perilaku mencari validasi eksternal secara berulang. Dengan demikian, faktor-faktor penyebab narsistik tidak dapat dipandang secara tunggal, melainkan sebagai hasil interaksi kompleks antara pola pengasuhan, predisposisi biologis, serta pengaruh budaya dan sosial yang membentuk perkembangan individu.

B. Kepercayaan Diri

1. Pengertian Kepercayaan Diri

Rosyida (2013) dalam bukunya yang berjudul "Percaya diri adalah kepercayaan akan kemampuan diri sendiri yang memadai dan menyadari kemampuan yang dimiliki, serta dapat memanfaatkannya dengan tepat", kepercayaan diri didefinisikan sebagai keyakinan terhadap kemampuan diri yang memadai, disertai kesadaran akan potensi yang dimiliki serta kemampuan untuk memanfaatkannya secara tepat. Namun sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan diri dapat menyebabkan individu kesulitan beradaptasi dengan dirinya sendiri, yang pada akhirnya dapat memicu gejala seperti depresi, sikap acuh tak acuh, serta enggan menyampaikan pendapat. Hakim (2022) menjelaskan, Kepercayaan diri merupakan sikap serta keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya, dengan menerima segala aspek diri, baik positif maupun negatif yang terbentuk dan berkembang melalui proses pembelajaran guna mencapai kepuasan pribadi. Kepercayaan diri merupakan faktor utama dalam pemenuhan berbagai kebutuhan individu. Seseorang yang memiliki kebebasan dalam berpikir dan mengekspresikan perasaannya cenderung berkembang menjadi individu yang percaya diri. Menyadari serta meyakini bahwa setiap individu memiliki keunggulan dan kekurangan merupakan langkah awal yang penting dalam membentuk rasa percaya diri. Agar dapat menjadi pribadi yang produktif dan memberikan manfaat bagi orang lain, potensi yang dimiliki seseorang perlu dikembangkan dan dimaksimalkan.

Bukhori, (2016) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi memiliki keberanian untuk mengemukakan pendapat di hadapan publik, karena individu mampu mengendalikan emosi saat berada dalam situasi yang penuh tekanan. Lauster (2003) menjelaskan bahwa kepercayaan diri

terbentuk melalui pengalaman hidup. Kepercayaan diri merupakan bagian dari kepribadian yang mencerminkan keyakinan dan kemampuan dalam diri, sehingga individu tidak mudah terpengaruh oleh orang lain, mampu bertindak sesuai keinginannya, bersikap positif, optimis, toleran, serta memiliki rasa tanggung jawab. Lauster (2003) juga menyertakan bahwa kemampuan untuk berbuat baik memiliki hubungan dengan kepercayaan diri. Tindakan berbuat baik memiliki keterkaitan dengan tingkat kepercayaan diri. Pandangan ini menunjukkan bahwa individu yang senantiasa berbuat baik cenderung tidak akan kehilangan rasa percaya dirinya. (dikutip dari Ghufroon & Risnawati, 2010).

Individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung lebih mudah dalam menjalin interaksi sosial, karena mereka memiliki kemampuan beradaptasi yang baik dengan orang lain dan tidak mengalami hambatan dalam membangun hubungan interpersonal, serta mampu menyesuaikan diri secara cepat dan tepat dalam berbagai situasi sosial (Wood, Heimpel, Michela, dalam Rini, 2002). Namun sebaliknya, individu dengan tingkat kepercayaan diri yang rendah cenderung bersikap pesimis dan memiliki kecenderungan untuk menilai berbagai hal dari sudut pandang yang negatif (Rini, 2002). Individu dengan tingkat kepercayaan diri yang rendah cenderung memandang lingkungannya secara negatif, yang pada akhirnya menimbulkan perasaan tidak menyukai terhadap lingkungan tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan sikap positif individu terhadap dirinya sendiri, yang tercermin melalui keyakinan terhadap kemampuan, potensi, serta penilaian pribadi dalam menghadapi tantangan, mengambil keputusan, dan menjalin interaksi sosial. Individu yang memiliki kepercayaan diri merasa yakin atas tindakannya, tidak mudah dipengaruhi oleh pihak lain, serta mampu mengendalikan rasa takut dan keraguan dalam berbagai situasi.

2. Aspek-aspek Kepercayaan Diri

Individu yang memiliki kepercayaan diri ditandai dengan keyakinan kemampuan diri (*self-efficacy*) dan tidak bergantung pada validasi eksternal (Brummelman & Thomas, 2017). Individu ini juga mampu bangkit dari kegagalan

dengan sikap optimis serta menjadikan hambatan sebagai peluang pembelajaran (Cai dkk., 2020). Selain itu, individu yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki komunikasi yang jelas, tegas, namun tetap menghargai orang lain, yang tercermin dari bahasa tubuh dan ekspresi yang konsisten (Schulze dkk., 2013). Lebih lanjut kepercayaan diri juga berkaitan dengan *growth mindset*, yaitu keberanian menghadapi kesalahan, keterbukaan terhadap perubahan, serta motivasi intrinsik untuk terus berkembang (Jauk dkk., 2017).

Aspek-aspek kepercayaan diri menurut Lauster (2003) adalah sebagai berikut:

a. Keyakinan kemampuan diri

Keyakinan kemampuan diri merupakan kepercayaan bahwa individu benar-benar memiliki kapasitas untuk melaksanakan apa yang sedang mereka kerjakan.

b. Optimis

Optimis merupakan bentuk keyakinan positif terhadap diri sendiri serta kemampuan dalam menghadapi berbagai situasi atau tantangan.

c. Objektif

Individu yang menilai suatu permasalahan atau hal tertentu berdasarkan kebenaran objektif, bukan semata-mata berdasarkan keyakinan pribadi.

d. Bertanggung jawab

Kemauan untuk menerima dan menjalani segala bentuk konsekuensi yang timbul dari tindakan yang telah dilakukan.

e. Rasional dan realistis

Rasional dan realistis merupakan proses menganalisis suatu permasalahan, objek, atau peristiwa dengan menggunakan pola pikir yang logis serta sesuai dengan kondisi nyata yang ada.

Ryff (2018) menjelaskan bahwa aspek kepercayaan diri dapat dilihat melalui *self-acceptance*, yaitu kemampuan individu untuk menerima dirinya secara realistis, baik dari sisi kelebihan maupun kekurangannya. Individu yang memiliki penerimaan diri yang baik akan lebih stabil secara emosional, tidak mudah goyah oleh kritik, dan mampu menghargai potensi yang ada dalam dirinya. Selanjutnya, Judge, Erez, Bono & Thoresen (2002) menambahkan melalui konsep *core self-*

evaluations bahwa kepercayaan diri dibangun dari 4 aspek penting, yakni *self-esteem*, *locus of control*, *neuroticism* (sebagai faktor negatif), dan *self efficacy*. Keempat dimensi tersebut menggambarkan sejauh mana individu menilai dirinya secara positif, percaya bahwa dirinya mampu mengendalikan lingkungan, serta yakin terhadap kemampuan yang dimilikinya.

Stajkovic (2015) memperkenalkan aspek *trait core confidence* yang terdiri atas harapan, optimisme, *self-efficacy*, dan resiliensi. Menurutnya, keempat dimensi ini membantu individu untuk terus yakin dalam menghadapi tantangan, tetap berfokus pada tujuan, serta bangkit kembali ketika mengalami kegagalan. Sementara itu, Campbell, Trapnell, Heine, Katz, Lavalley, dan Lehman (2019) menyoroti pentingnya *self-concept clarity* yang tinggi akan memiliki arah hidup yang lebih jelas, stabilitas emosional yang baik, serta lebih percaya diri dalam mengambil keputusan maupun menghadapi tekanan sosial.

Hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa, kepercayaan diri terdiri dari beberapa aspek utama yaitu, kognitif, afektif, perilaku, dan sosial. Aspek kognitif berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan berpikir dan mengambil keputusan. Aspek afektif mencakup perasaan positif dan nyaman terhadap diri sendiri. Aspek perilaku terlihat dari keberanian, ketekunan, dan inisiatif dalam bertindak, sedangkan aspek sosial mencakup kemampuan berinteraksi, berkomunikasi, dan bersikap asertif dalam lingkungan sosial.

3. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Menurut Gottlieb & Zong (2022), faktor internal meliputi kondisi fisik, pengalaman keluarga, serta pola asuh, sedangkan faktor eksternal mencakup pendidikan, lingkungan kerja, dan lingkungan sosial yang berperan penting dalam membentuk keyakinan diri individu. Dukungan keluarga dan lingkungan sosial yang harmonis juga menjadi faktor signifikan, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Ferrarese (2024) bahwa individu yang tumbuh dalam keluarga penuh kasih serta mendapatkan dukungan sosial dari teman sebaya cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi. Selain itu, faktor kesehatan mental turut berpengaruh, di mana pola berpikir negatif seperti *self-criticism* dapat

menurunkan kepercayaan diri, sementara *self-talk* positif justru memperkuatnya (Zhang & Smith, 2023).

Lebih lanjut, faktor sosial dan budaya tidak kalah penting dalam memengaruhi kepercayaan diri. Campbell dkk., (2019) menegaskan bahwa budaya yang menekankan prestasi dapat meningkatkan rasa percaya diri, sedangkan tekanan sosial seperti standar kecantikan atau stereotip tubuh ideal dari media sosial justru berpotensi menurunkannya. Aspek fisik dan kesehatan juga memiliki peranan yang besar, di mana penampilan diri, kebugaran, serta kualitas tidur yang baik berkaitan erat dengan citra diri yang positif dan rasa percaya diri yang stabil (Zhang & Johnson, 2023). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri terbentuk dari interaksi antara faktor internal, sosial, budaya, serta kondisi kesehatan fisik dan mental yang dialami individu.

Menurut Vandini (2015) kepercayaan diri dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang secara umum terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal antara lain:

a. Konsep Diri

Pengembangan rasa percaya diri pada individu berawal dari pembentukan konsep diri yang terbentuk melalui interaksi dalam kelompok sosial. Interaksi tersebut dapat memberikan pengaruh baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. Harga Diri

Harga diri merupakan bentuk evaluasi yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri. Seseorang dengan tingkat harga diri yang tinggi cenderung menilai dirinya secara rasional dan mampu menjalin hubungan sosial dengan lebih mudah.

c. Kondisi Fisik

Perubahan pada kondisi fisik turut memengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang.

d. Pengalaman Hidup

Perasaan rendah diri dapat memunculkan kepercayaan diri setelah individu mengalami pengalaman yang bersifat mengecewakan.

Sedangkan faktor eksternal antara lain:

a. Pendidikan

Pendidikan memiliki peran dalam membentuk tingkat kepercayaan diri seseorang. Individu dengan tingkat pendidikan yang rendah cenderung berada dibawah dominasi mereka yang lebih berpendidikan, sementara individu dengan pendidikan yang lebih tinggi umumnya lebih mandiri dan memiliki rasa percaya diri yang lebih kuat.

b. Pekerjaan

Kegiatan bekerja berperan dalam menumbuhkan inovasi serta meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini disertai dengan munculnya rasa puas dan bangga akibat kemampuan individu untuk berkembang.

c. Lingkungan dan Pengalaman Hidup

Dukungan yang positif dari keluarga, termasuk interaksi yang harmonis antar anggota keluarga, dapat menciptakan rasa nyaman dan berkontribusi dalam menumbuhkan kepercayaan diri.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kondisi fisik, konsep diri, harga diri, interaksi sosial, serta jenis kelamin.

C. Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Kecenderungan

Narsistik

Generasi Z merupakan kelompok usia muda di bawah 28 tahun yang lahir pada rentang waktu antara tahun 1997 hingga 2012. Gen Z dikenal sebagai *digital natives* atau melek internet. Menurut sumber statistik *Crown Counselling*, Gen Z menghabiskan waktu bermain *gadget* rata-rata 9 jam perhari. Gen Z mengharapkan adanya peluang untuk menyampaikan umpan balik secara langsung terhadap apa yang diterima, penerapan metode kolaboratif yang melibatkan berbagai pihak, penyampaian informasi dengan cara yang modern dan menarik, serta pemenuhan kebutuhan informasi yang bervariasi sesuai dengan karakteristik masing-masing individu (Indrajaya & Lukitawati, 2019).

Proses pencarian identitas diri pada kalangan muda sangat dipengaruhi oleh gaya hidup dan dinamika perkembangan sosial, khususnya dalam aktivitas

mengisi waktu luang, seperti penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan hiburan. Menurut (Juwita, Budimansyah, & Nurbayani, 2015) gaya hidup modern mencakup konten yang diposting di akun Instagram seseorang serta yang mereka kenakan atau yang biasa disebut dengan narsis.

Kecenderungan individu untuk mengekspresikan kegiatan serta tampilan fisik diri melalui fotografi mengindikasikan bahwa adanya kecenderungan narsistik pada individu tersebut. Menurut Chaplin (dalam Kristanto, 2012) menyebutkan bahwa istilah "narsis" atau "narsistik" mengacu pada orang yang senang berbangga diri secara berlebihan atau seseorang yang seringkali mengambil foto untuk menjadi bahan pameran bagi orang lain, seperti yang individu narsistik lakukan dengan mengunggahnya ke akun media sosial individu narsistik. Seseorang yang memiliki kecenderungan narsistik yang tinggi akan merasa lebih baik, merasa spesial, selalu ingin dipuji, berani dalam melakukan segala sesuatu, ingin menjadi pusat perhatian, dan selalu memperhatikan setiap penampilannya (Najib dkk., 2018). Penelitian Adi & Yudiati (2009), menyebutkan bahwa seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik jika orang tersebut cenderung menunjukkan kelebihan diri, kecenderungan untuk banyak bercerita di akun media sosialnya, dan tendensi untuk enggan membagikan informasi atau tips, bahkan saat diminta bantuan oleh orang lain. Menurut Paramboukis (2016), perilaku narsistik dapat tercermin dari jumlah unggahan swafoto, yang umumnya berkisar antara 4 hingga 5 foto setiap bulan. Namun demikian, kecenderungan narsistik tidak hanya terlihat dari frekuensi swafoto, melainkan juga dapat diidentifikasi melalui jenis konten lain yang dibagikan serta tujuan di balik unggahan tersebut.

Seseorang yang menunjukkan kecenderungan narsistik cenderung memandang dirinya lebih unggul dibandingkan orang lain dan kurang menunjukkan penghargaan terhadap perasaan orang lain. Meskipun tampak memiliki keyakinan diri yang tinggi, pada dasarnya individu tersebut memiliki harga diri yang rendah, sehingga cenderung mudah tersinggung ketika menerima kritik. (Zaeni, 2022). Penelitian yang dilakukan Elliya & Rahma (2020), dijelaskan bahwa individu kerap kali mengalami kesulitan untuk menerima dirinya secara utuh dan berusaha

menutupi kekurangan yang dimiliki. Individu narsistik juga cenderung mencari pujian serta mengharapkan perhatian atau tanggapan dari orang lain terkait penampilan, pencapaian, dan perilaku individu narsistik agar dapat merasa lebih baik. Individu dengan kecenderungan narsistik memperoleh rasa percaya diri melalui dukungan, perhatian, dan pengakuan dari lingkungan sekitar. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi memiliki kesadaran akan kualitas diri mereka, tidak bergantung pada pujian untuk merasa nyaman, dan bersikap terbuka terhadap kritik.

Chatterje & Hambrick (2007) menyebutkan, narsisme bergantung pada pengakuan individu lain atas kelebihan yang dimilikinya. Dengan demikian, individu yang narsistik tampak memiliki perasaan bahwa dirinya sangat penting, dan mereka selalu berusaha menciptakan gambaran diri yang positif untuk menumbuhkan optimisme dan keyakinan. Dalam psikologi, perilaku narsistik dikategorikan sebagai abnormalitas kepribadian. Rathus & Nevid (2000), menjelaskan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik memiliki pandangan yang berlebihan terhadap dirinya sendiri dan menunjukkan rasa percaya diri yang tinggi. Namun, keyakinan tersebut seringkali merupakan bentuk kompensasi atas ketidakpuasan pribadi yang individu narsistik rasakan. Sikap berlebihan yang ditampilkan cenderung menarik perhatian orang lain. Meskipun tampak percaya diri, individu narsistik umumnya memiliki dorongan kuat untuk mendapatkan kekaguman dari lingkungan sekitarnya.

Lebih lanjut, teori *psychodynamic* dari Kohut (2009) menjelaskan bahwa narsisme merupakan ekspresi dari kebutuhan dasar individu untuk menjaga harga diri. Jika kepercayaan diri terbentuk secara tidak stabil, maka individu cenderung mencari validasi berlebihan dari lingkungan sosial. Hal ini relevan dengan fenomena di era media sosial, di mana generasi muda khususnya Gen Z sering kali mengekspresikan dirinya melalui unggahan yang bertujuan mendapat pengakuan publik. Studi terbaru oleh Brummelman dan Sedikides (2020) juga menegaskan bahwa kepercayaan diri yang sehat mendorong individu untuk merasa cukup dengan dirinya, sedangkan kepercayaan diri yang rapuh dapat mendorong lahirnya kecenderungan narsistik. Dengan demikian, kepercayaan diri

dan narsistik memiliki keterkaitan yang erat, di mana kualitas dan stabilitas self-esteem menjadi penentu apakah individu mengekspresikan dirinya secara sehat atau jatuh pada perilaku narsistik.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu adanya hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik pada generasi z pengguna instagram. Artinya, semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki seseorang maka akan semakin rendah kecenderungan narsistiknya. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan diri yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi potensi kecenderungan narsistiknya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang telah ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan digunakan untuk memperoleh informasi tentang hal tersebut. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu bebas dan tergantung. Variabel bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang menjadi sebab munculnya variabel tergantung sementara Variabel tergantung (*Dependent Variable*) adalah variabel yang disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) : Kepercayaan Diri
2. Variabel Tergantung (Y) : Kecenderungan Narsistik

B. Definisi Operasional

1. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan diri sendiri dengan menerima apa adanya, baik positif maupun negatif, yang dibentuk dan dikembangkan melalui proses belajar dengan tujuan mencapai kepuasan sendiri. Kepercayaan diri diukur menggunakan skala kepercayaan diri berdasarkan teori Lauster (2003) dengan aspek meliputi keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis. Semakin tinggi skor skala kepercayaan diri maka akan semakin tinggi kepercayaan dirinya, sebaliknya semakin rendah skor skala kepercayaan diri maka semakin rendah pula kepercayaan dirinya.

2. Kecenderungan Narsistik

Kecenderungan knarsistik adalah suatu pola kepribadian yang konsisten yang ditandai dengan fantasi atau perilaku berlebihan tentang kesuksesan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, dan cinta ideal serta kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain dan kurangnya kemampuan untuk berempati.

Kecenderungan narsistik diukur dengan menggunakan skala kecenderungan narsistik berdasarkan teori Raskin dan Terry (1988) dengan aspek meliputi kekuasaan (*authority*), kemandirian (*self sufficiency*), keunggulan (*superiority*), Menunjukkan diri secara mencolok (*exhibitionism*), Memanfaatkan orang lain untuk kepentingan pribadi (*exploitativeness*), kesombongan (*vanity*) serta perasaan berhak mendapatkan sesuatu (*entitlement*). Semakin tinggi skor skala kecenderungan narsistik maka akan semakin tinggi pula kecenderungan narsistik begitupun sebaliknya, semakin rendah skor skala kecenderungan narsistik maka semakin rendah pula tingkat kecenderungan narsistiknya.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari: objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan ketentuan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sebelum mengambil kesimpulan. Populasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah Generasi Z Pengguna Instagram di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Jumlah total populasi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Tabel Populasi

No.	Prodi	Angkatan	Jumlah	Total	
1.	Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)	2021	180	800	
		2022	210		
		2023	230		
		2024	180		
2.	Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)	2020	110	720	
		2021	140		
		2022	170		
		2023	160		
		2024	140		
3.	Manajemen Dakwah (MD)	2019	100	860	
		2020	140		
		2021	170		
		2022	200		
		2023	150		
		2024	100		
4.	Manajemen Haji dan Umrah (MHU)	2019	80	600	
		2020	100		
		2021	120		
		2022	150		
		2023	100		
		2024	50		
5.	Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)	2019	80	960	
		2020	130		
		2021	160		
		2022	200		
		2023	180		
		2024	210		
Total				3.940	

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel juga dapat diartikan sebagai bagian dari popluasi dengan karakteristik yang sebanding dengan populasinya (Azwar, 2016). Sampel pada peneilitian ini yaitu mahasiswa prodi manajemen dakwah, pengembangan masyarakat islam, serta manajemen haji dan umrah.

Tabel 2. Sampel Penelitian

No.	Prodi
1.	Manajemen Dakwah 2021 Manajemen Dakwah 2022 Manajemen Dakwah 2023 Manajemen Dakwah 2024
2.	Pengembangan Masyarakat Islam 2021 Pengembangan Masyarakat Islam 2022 Pengembangan Masyarakat Islam 2023 Pengembangan Masyarakat Islam 2024
3.	Manajemen Haji dan Umrah 2021 Manajemen Haji dan Umrah 2022 Manajemen Haji dan Umrah 2023 Manajemen Haji dan Umrah 2024

3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) teknik pengambilan sampel adalah cara yang digunakan untuk menentukan sampel yang diambil dari populasi sehingga dapat mewakili populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang digunakan untuk tujuan penelitian dan memenuhi standar tertentu. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah:

- a. Generasi Z (berusia 13-28 tahun)
- b. Aktif menggunakan media sosial Instagram
- c. Mahasiswa prodi manajemen dakwah, pengembangan masyarakat islam, serta manajemen haji dan umrah.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu pengukuran kepada subjek melalui penggunaan kuisioner dengan skala psikologis yang menjadi alat ukur yang digunakan untuk melakukan korelasi kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik pada Generasi Z pengguna Instagram. Terdapat dua skala kepercayaan diri dan kecenderungan narsistik. Jawaban yang digunakan ada

empat yaitu: "Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Setuju (SS) dan Sangat Tidak Setuju (STS)".

Skala yang digunakan pada penelitian berdasarkan terhadap aitem *favorable* (yang disukai) dan *unfavorable* (yang tidak disukai). Sebuah aitem dapat diinterpretasikan menjadi aitem positif apabila pernyataan mencakup konsep perilaku yang mempunyai kesesuaian atau memberikan dukungan pada atribut yang tengah dilakukan pengukuran. Sementara aitem yang tidak menguntungkan adalah pernyataan yang isisnya bertentang atau tidak memberikan dukungan atribut yang tengah dilakukan pengukuran (Azwar, 2015).

1. Skala Kepercayaan Diri

Penyusunan skala kepercayaan diri dilakukan menggunakan sejumlah aspek yang dipaparkan oleh Lauster (2003) yang tersusun atas 5 kategori yaitu "keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis".

Skala kepercayaan diri tersusun atas 30 butir aitem, tiap aspek berjumlah 6 buah aitem dengan perbandingan antara *favorable* dan *unfavorable* dengan jumlah masing-masing 3. Pada tiap item tersusun atas empat jawaban yaitu "Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS).

Tabel 3. Blue Print skala kepercayaan diri

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Keyakinan kemampuan diri	3	3	6
2	Optimisme	3	3	6
3	Objektif	3	3	6
4	Bertanggung Jawab	3	3	6
5	Rasional dan Realistis	3	3	6
Total		15	15	30

2. Skala Kecenderungan Narsistik

Penyusunan skala kecenderungan narsistik dalam penelitian ini dilaksanakan berdasarkan dengan sejumlah aspek (Raskin dan Terry, 1988) yaitu "kekuasaan (*authority*), kemandirian (*self sufficiency*), keunggulan (*superiority*), Menunjukkan diri secara mencolok (*exhibitionism*),

Memanfaatkan orang lain untuk kepentingan pribadi (*exploitativeness*), kesombongan (*vanity*) serta perasaan berhak mendapatkan sesuatu (*entitlement*).

Skala terdiri dari 42 butir aitem dengan tiap-tiap aspek berjumlah 6 buah aitem dengan perbandingan antara *favorable* dan *unfavorable* masing-masing 3 buah. Pada tiap item tersusun atas empat jawaban yaitu "Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS).

Tabel 3. Blue Print skala kecenderungan narsistik

No	Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
1	<i>Authority</i> (Kekuasaan)	3	3	6
2	<i>Self sufficiency</i> (Kemandirian)	3	3	6
3	<i>Superiority</i> (Keunggulan)	3	3	6
4	<i>Exhibitionism</i> (Pamer)	3	3	6
5	<i>Exploitativeness</i> (Eksplorasi)	3	3	6
6	<i>Vanity</i> (Kesombongan)	3	3	6
7	<i>Entitlement</i> (Hak)	3	3	6
Total		21	21	42

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas memiliki definisi seberapa jauh ketepatan serta kecermatan suatu ukur untuk melaksanakan fungsi ukurnya. Uji validitas penting dilaksanakan dalam memastikan skala yang dipergunakan dapat memberikan data yang memadai berdasarkan pada tujuan pengukuran. Sebuah tes dapat dikatakan memiliki validitas tinggi jika alat itu melakukan fungsi ukur dengan tepat atau

memberikan hasil pengukuran berdasarkan pada apa yang dimaksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2015). Pada penelitian yang dilaksanakan menggunakan validitas isi (*content validity*). Validitas isi adalah kelarasan antara aitem yang sudah diciptakan menggunakan cara memasukkan atribut yang kemudian dilakukan pengukuran.

2. Uji Daya Beda Aitem

Uji daya beda aitem digunakan untuk membadakan aitem baik individu ataupun kelompok yang mempunyai atribut dan tidak. Uji daya beda aitem dilaksanakan dengan menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan skor skala. Kriteria aitem menurut dengan korelasi aitem total korelasi aitem total yang mempunyai batasan $r_{ix} > 0,30$. Seluruh aitem dengan korelasi minimal 0,30 dinilai memuaskan. Aitem dengan korelasi $r_{ix} \leq 0,30$ diartikan memiliki daya beda rendah. Jika banyaknya aitem yang lolos kurang dari angka yang diharapkan dapat diturunkan dengan batasan 0,25. Dalam kajian ini, skor uji daya beda aitem dikalkulasikan melalui "program SPSS (*Statistical Packages for Sosial Science*) versi 27.0 for windows".

3. Reliabilitas

Reliabilitas adalah seberapa jauh hasil sebuah pengukuran bisa diyakini. Sebuah tes dinyatakan reliabel apabila senantiasa memberikan hasil yang serupa bila diteskan dalam kelompok yang serupa dalam waktu yang tidak sama (Azwar, 2015). Koefisien reliabilitas ada diantara angka 0,00 sampai 1,00 sehingga kian mendekati nilai 1,00 menunjukkan alat ukur bersifat reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian yang dilaksanakan menggunakan metode *Alpha Cronbach* menggunakan bantuan "program SPSS (*Statistical Packages for Sosial Science*) versi 27.0 for windows".

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu aktivitas yang dilaksanakan secara sistematis dalam memaparkan, menggambarkan, serta melakukan pengolahan data supaya dapat ditarik kesimpulan. Pada penelitian yang dilaksanakan, Teknik analisis yang diterapkan yaitu menggunakan teknik korelasi *product moment* dari pearson yang mempunyai tujuan dalam mengidentifikasi korelasi antar variabel. Perhitungan analisis data menggunakan "SPSS (*Statistica Packages For Sosial Science*) versi 27.0 for windows"



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan Penelitian

1. Orientasi Kancan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan orientasi terhadap kancan penelitian. Menyiapkan seluruh aspek yang menunjang pelaksanaan penelitian merupakan tujuan agar pelaksanaan penelitian belajar lancar, akurat, dan tepat, yang pada akhirnya akan membawa keberhasilan. Pemilihan lokasi penelitian berdasarkan kualitas yang telah diidentifikasi merupakan langkah awal dalam proses penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

UIN Walisongo merupakan perguruan tinggi negeri di Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Fakultas Dakwah dan Komunikasi merupakan salah satu fakultas tertua di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang berdiri sejak 6 April 1970. Fakultas ini berada dibawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia dan memiliki peran penting dalam mencetak sarjana-sarjana muslim yang profesional di bidang komunikasi, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat. Saat ini, Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki lima program studi di jenjang S1 dengan akreditasi A oleh BAN-PT.

Wawancara kepada 3 subjek pengguna aktif Instagram dan dapat diketahui bahwa subjek merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dan mengalami kecenderungan narsistik. Selanjutnya yaitu peneliti mencari data lain serta teori guna mendukung penelitian dan sebagai landasan.

Pertimbangan peneliti ketika menentukan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang sebagai lokasi penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat permasalahan kecenderungan narsistik di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, di dukung dengan wawancara yang telah dilakukan peneliti.

- b. Belum terdapat penelitian mengenai analisis hubungan antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
- c. Memiliki karakteristik dan jumlah yang sesuai dengan kriteria peneliti.
- d. Penelitian ini telah memperoleh izin resmi dari pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

2. Pelaksanaan Penelitian

Persiapan lebih lanjut dalam penyelenggaraan riset dilakukan dalam rangka sebagai upaya untuk menghindari masalah yang dapat menjadi hambatan dalam proses penelitian. Sejumlah langkah yang dilaksanakan oleh penyelenggara studi yaitu:

a. Tahap Persiapan Penelitian

Persiapan perizinan merupakan tahap penting yang menjadi syarat dalam melaksanakan sebuah penelitian. Peneliti memulai perizinan dengan pengajuan surat permohonan izin penelitian kepada bagian TU Fakultas Psikologi Unissula, dilanjutkan dengan memberikan surat tersebut kepada pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Setelah mengajukan permohonan, peneliti memperoleh surat permohonan izin penelitian dari bagian Tata Usaha Fakultas Psikologi UNISSULA dengan nomor surat 1182/C. 1/Psi-SA/VII/2025. Seluruh surat izin berisi pernyataan perizinan penelitian kepada pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

b. Penyusunan Alat Ukur

Penelitian ini memiliki skala sebagai alat ukur yang disusun berdasarkan indikator-indikator yang menggambarkan karakteristik suatu variabel. Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala kepercayaan diri dan skala kecenderungan narsistik.

Setiap skala berisi aitem yang bersifat *favorable* dan item yang bersifat *unfavorable* dengan empat opsi jawaban yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

Pada aitem *unfavorable* 4 untuk respon sangat tidak sesuai (STS), skor 3 untuk tidak sesuai (TS), 2 untuk respon sesuai (S) dan skor 1 untuk respon sangat sesuai (SS). Berikut penjabaran sebaran pernyataan skala kepercayaan diri:

1) Skala Kepercayaan Diri

Skala kepercayaan diri berlandaskan aspek-aspek dari Lauster (2003) yaitu keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Skala kepercayaan diri berjumlah 30 aitem yang terdiri dari 15 pernyataan *favorable* dan 15 pernyataan *unfavorable*.

Berikut sebaran pernyataan skala kepercayaan diri:

Tabel 5. Aitem Skala Kepercayaan Diri

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan kemampuan diri	1,7,5	18,20,21	6
2.	Optimisme	2,10,12	19,25,29	6
3.	Objektif	3,6,11	22,26,30	6
4.	Bertanggung Jawab	4,9,14	17,23,27	6
5.	Rasional dan Realistis	8,13,15	16,24,28	6
Total				30

2) Skala Kecenderungan Narsistik

Skala kepercayaan diri disusun dengan menyesuaikan aspek-aspek menurut Raskin dan Terry (1988). Aspek tersebut terdiri dari kekuasaan (*authority*), kemandirian (*self sufficiency*), keunggulan (*superiority*), Menunjukkan diri secara mencolok (*exhibitionism*), Memanfaatkan orang lain untuk kepentingan pribadi (*exploitativeness*), kesombongan (*vanity*) serta perasaan berhak mendapatkan sesuatu (*entitlement*).

Skala ini terdiri dari 21 pernyataan *favorable* dan 21 pernyataan *unfavorable* sehingga jika digabungkan memiliki 42 aitem. Berikut sebaran pernyataan skala kecenderungan narsistik.

Tabel 6. Aitem Skala Kecenderungan Narsistik

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Kekuasaan	1,8,15	22,29,36	6
2.	Kemandirian	2,9,16	23,30,37	6
3.	Keunggulan	3,10,17	24,31,38	6
4.	Pamer	4,11,18	25,32,39	6
5.	Memfaatkan orang lain	5,12,19	26,33,40	6
6.	Kesombongan	6,13,20	27,34,41	6
7.	Perasaan berhak mendapatkan sesuatu	7,14,21	28,35,42	6
		Total		42

3. Uji Coba Alat Ukur

Try out atau Uji coba alat ukur dilaksanakan guna mengetahui daya beda aitem dan reabilitas suatu skala. Uji coba alat ukur dilaksanakan pada tanggal 15-20 Juli 2025. Pengambilan data atau penyebaran skala dilaksanakan secara online dengan menggunakan *google form* yang dapat diakses melalui tautan <https://forms.gle/7VmrhzvipwRkdMY9A>. Sampel yang digunakan pada tahap ini diambil dengan metode non-acak atau yang biasa disebut dengan *purposive sampling* yaitu mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Jumlah mahasiswa dari 2 prodi tersebut yaitu 1.520 mahasiswa, dengan total yang mengisi tautan sebanyak 187 mahasiswa. Tautan *google form* dikirim ke nomor *WhatsApp* ke tiap perwakilan mahasiswa prodi tersebut kemudian disebar melalui grub kelas. Sebanyak 1.335 mahasiswa tidak mengisi disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah karena keterbatasan waktu, kurangnya motivasi atau kepedulian serta keterbatasan akses atau gangguan teknis. Hal ini menyebabkan tidak semua mahasiswa dalam populasi dapat dijangkau dalam waktu pengambilan data. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 7. Data Mahasiswa yang menjadi Subjek Uji Coba Alat Ukur

No.	Karakteristik	Frekuensi	Frekuensi	Total
1.	Jenis Kelamin			
	a. Laki-laki	47	25,3%	187
	b. Perempuan	140	74,7%	
2.	Usia			
	a. 17-20 thn	120	19,9%	187
	b. 21-23 thn	37	64%	
	c. 24-27 thn	30	16,1%	
3.	Prodi			
	a. KPI (Komunikasi & Penyiaran Islam)	112	59,9%	187
	b. BPI (Bimbingan & Penyuluhan Islam)	75	40,1%	

B. Uji Daya Beda Aitem dan Reabilitas Alat Ukur

Skor yang telah diberikan terhadap semua pilihan jawaban sampel penelitian uji coba alat ukur, dilanjutkan dengan uji daya beda aitem dan reliabilitas alat ukur. Daya beda aitem dianggap tinggi apabila koefisien korelasi pada aitem $> 0,30$ serta batasan bisa dilakukan penurunan menjadi $> 0,25$ jika banyaknya aitem yang berbeda daya tinggi kurang dari perkiraan. Uji daya beda aitem dikalkulasikan menggunakan *Product Moment* menggunakan SPSS versi 27.0. Hasil perhitungan adalah:

1. Skala Kepercayaan Diri

Uji daya beda aitem pada skala kepercayaan diri menghasilkan 29 aitem berdaya beda tinggi dengan nilai koefisien berkisar antara 0,660 sampai 0,810 dan 1 aitem berdaya beda rendah dengan nilai koefisien -0,815. Estimasi reliabilitas dari 29 aitem berdaya beda tinggi pada skala kepercayaan diri yang dihitung dengan *Alpha Cronbach* menunjukkan hasil 0,965. Sehingga alat ukur dinyatakan reliabel. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil analisis sebaran daya beda aitem pada skala kepercayaan diri:

Tabel 8. Sebaran Daya Beda Aitem pada Skala Kepercayaan Diri

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan kemampuan diri	1,7,5	18,20,21	6
2.	Optimisme	2,10,12	19,25,29	6
3.	Objektif	3,6,11	22,26,30	6
4.	Bertanggung Jawab	4,9,14	17,23,27	6
5.	Rasional dan Realistis	8,13,15*	16,24,28	6
Total				30

Keterangan *) = Aitem yang memiliki daya beda rendah

2. Skala Kecenderungan Narsistik

Uji daya beda aitem kepada 187 responden pada skala kecenderungan narsistik dengan jumlah 42 pertanyaan, diperoleh 42 aitem dengan daya beda tinggi dengan nilai antara 0,433 sampai 0,912. Reliabilitas skala kecenderungan narsistik dari 42 aitem sebesar 0.984 sehingga dapat dikatakan reliabel. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil analisis sebaran daya beda aitem pada skala kecenderungan narsistik:

Tabel 9. Sebaran Daya Beda Aitem Skala Kecenderungan Narsistik

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Kekuasaan	1,8,15	22,29,36	6
2.	Kemandirian	2,9,16	23,30,37	6
3.	Keunggulan	3,10,17	24,31,38	6
4.	Pamer	4,11,18	25,32,39	6
5.	Memanfaatkan orang lain	5,12,19	26,33,40	6
6.	Kesombongan	6,13,20	27,34,41	6
7.	Perasaan berhak mendapatkan sesuatu	7,14,21	28,35,42	6
Total				42

3. Penomoran Ulang

Penomoran ulang dilakukan setelah tahap uji daya beda aitem pada skala kepercayaan diri dan skala kecenderungan narsistik dengan menghilangkan aitem berdaya beda rendah dan menyisakan aitem dengan daya beda tinggi yang akan dipakai dalam penelitian. Peneliti melakukan

penyusunan ulang terhadap penomoran aitem dengan menyesuaikan antara aitem yang gugur dan aitem yang bertahan. Rincian penomoran ulang dijelaskan sebagai berikut dengan keterangan angka di dalam kurung (..) adalah nomor aitem yang baru:

Tabel 10. Sebaran Nomor Aitem Skala Kepercayaan Diri

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan kemampuan diri	1(2),7(4),5(3)	18(22),20(24), 21(16)	6
2.	Optimisme	2(7),10(8),12(9)	19(17),25(23), 29(30)	6
3.	Objektif	3(6),6(11),11(10)	22(20),26(21), 30(19)	6
4.	Bertanggung Jawab	4(5),9(1),14(13)	17(25),23(18), 27(29)	6
5.	Rasional dan Realistis	8(14),13(12),15*	16(28),24(26), 28(27)	5
		Total		29

Tabel 11. Sebaran Nomor Aitem Skala Kecenderungan Narsistik

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Kekuasaan	1(20),8(12),15(21)	22(42),29(38), 36(21)	6
2.	Kemandirian	2(8),9(13),16(1)	23(37),30(22), 37(35)	6
3.	Keunggulan	3(14),10(2),17(18)	24(23),31(39), 38(24)	6
4.	Pamer	4(15),11(9),18(4)	25(34),32(25), 39(33)	6
5.	Memanfaatkan orang lain	5(10),12(16),19(3)	26(26),33(40), 40(32)	6
6.	Kesombongan	6(17),13(5),20(6)	27(27),34(29), 41(41)	6
7.	Perasaan berhak mendapatkan sesuatu	7(11),14(19),21(7)	28(30),35(28), 42(31)	6
		Total		42

C. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 22-27 Juli 2025 setelah dilaksanakannya tahap uji coba alat ukur. Teknik pelaksanaan dilakukan secara *online*, dengan bantuan pihak dari Prodi Manajemen Dakwah, Pengembangan

Masyarakat Islam serta Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dalam menyebarkan tautan *google form* ke tiap perwakilan anggota kelas melalui *WhatsApp group* dengan tautan <https://forms.gle/HusTmaaiHPxKp96a6>. Tautan berisi skala yang digunakan peneliti guna mengukur variabel. Responden skala penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah, Pengembangan Masyarakat Islam serta Manajemen Haji dan Umrah pengguna aktif Instagram. Total responden dalam penelitian sebanyak 207 subjek dari dan dianalisis menggunakan SPSS versi 27.0. berikut tabel sebagai rincian subjek penelitian:

Tabel 12. Data Mahasiswa yang menjadi Subjek Penelitian

No.	Karakteristik	Frekuensi	Frekuensi	Total
1.	Jenis Kelamin			
	a. Laki-laki	30	14,5%	207
	b. Perempuan	177	85,5%	
2.	Usia			
	a. 17-20 thn	88	42,5%	207
	b. 21-23 thn	93	44,9%	
	c. 24-27 thn	26	12,6%	
	Angkatan			
	a. 2021	47	22,7%	207
	b. 2022	68	32,9%	
	c. 2023	43	20,8%	
	d. 2024	49	23,7%	
4.	Prodi			
	a. MD (Manajemen Dakwah)	73	35,3%	207
	b. PMI (Pengembangan Masyarakat Islam)	69	33,3%	
	c. MHU (Manajemen Haji & Umrah)	65	31,4%	

D. Analisis Data Penelitian

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengidentifikasi data dalam riset terdistribusi secara normal atau tidak. Teknik *One-Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan dalam uji normalitas. Sebuah data mempunyai

distribusi normal apabila memenuhi tingkat signifikansi yaitu >0.05 , sedangkan jika hasilnya <0.05 maka hasil menunjukkan tidak normal.

Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	SD	KS-Z	Sig	P	Ket
Kepercayaan Diri	101.04	13.19	0.003	0.004	<0.05	Tidak Normal
Kecenderungan Narsistik	69.74	20.01	0.005	0.000	<0.05	Tidak Normal

Hasil uji normalitas pada penelitian dapat diketahui bahwa pada kedua variabel tidak berdistribusi normal, sehingga dilakukan uji normalitas kembali dengan menggunakan uji residual pada kedua variabel. Hasil yang didapatkan pada uji kedua yaitu memperoleh hasil signifikansi 0.077 yang artinya data dari kedua variabel pada penelitian yang dilakukan berdistribusi secara normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan nilai residual.

Tabel 14. Hasil Uji Normalitas Residual

Mean	SD	KS-Z	Sig	P	Ket
0.000	14.065	0.073	0.077	>0.05	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas tabel di atas, diketahui apabila nilai signifikansi sebesar 0.077 ($p>0.05$). Dari hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas berguna untuk mengidentifikasi apakah pada kedua variabel memiliki hubungan linier yang signifikan atau tidak. Uji linearitas menggunakan *Deviation from linearity* yaitu terdapat keterangan bahwa kedua variabel bisa dikatakan mempunyai korelasi linier yang signifikan jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Hasil uji linearitas menggunakan SPSS for Windows versi 27.0 memperoleh nilai signifikansi 212.211 sehingga mengindikasikan jika kedua variabel mempunyai hubungan linier yang signifikan.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan langkah pada studi yang digunakan dalam mengidentifikasi apakah hipotesis dalam penelitian diterima atau ditolak. Penelitian ini menggunakan uji *Alpha Cronbach's* guna mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel tergantung (Y). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah kepercayaan diri memiliki hubungan dengan kecenderungan narsistik pada generasi z pengguna instagram.

Uji korelasi yang dilaksanakan mendapatkan nilai korelasi $r_{xy} = -0.686$ dan taraf signifikansi 0.000 ($p < 0.05$), yang berarti hubungan antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik signifikan secara statistik. Temuan tersebut mengindikasikan jika ditemukan hubungan negatif pada variabel X dengan Variabel Y dalam penelitian. Apabila Kepercayaan diri pada Gen Z tinggi, sehingga akan rendah kecenderungan narsistik Gen Z di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, sehingga mengindikasikan jika hipotesis yang dilakukan pengajuan pada studi yang dilaksanakan diterima.

E. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi data penelitian berguna untuk gambaran skor masing-masing variabel guna menentukan kategorisasi subjek yang akan dikelompokkan di tingkatan sesuai dengan karakteristik penelitian. Ada enam bagian standar deviasi pada distribusi normal (Azwar, 2014).

Tabel 15. Distribusi Norma

Norma Kategorisasi		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

1. Deskripsi Data Skor Skala Kepercayaan Diri

Skala kepercayaan diri terdiri atas 30 aitem dengan skor tiap pilihan jawaban sekitar 1 hingga 4. Berdasarkan hasil perhitungan, skor minimum yang diperoleh kemungkinan yaitu 30 dari (30×1) serta skor maksimum yang

diperoleh kemungkinan 120 dari (30×4) . Rentang antar skor minimum dan maksimum adalah 90 dari $(120 - 30)$. Nilai standar deviasi adalah 15 dari $((120 - 30)/6)$. Nilai *mean* hipotetik adalah 75 dari $((120 + 30)/2)$.

Tabel 16. Deskripsi Skor Kepercayaan Diri

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	42	30
Skor Maksimum	123	120
<i>Mean</i> (M)	101.04	75
Standar Deviasi (SD)	13.199	15

Rentang skor subjek sebesar 101.04 didapat dari mean empirik sehingga masuk dalam kategori sangat tinggi. Kategori variabel kepercayaan diri dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 17. Kategorisasi Skor Subjek pada Skala Kepercayaan Diri

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$97.5 < 120$	Sangat Tinggi	120	58.0%
$82.5 < X \leq 97.5$	Tinggi	74	35.7%
$67.5 < X \leq 82.5$	Sedang	10	4.8%
$52.5 < X \leq 67.5$	Rendah	1	0.5%
$30 \leq 52.5$	Sangat Rendah	2	1.0%



Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Kepercayaan Diri

2. Deskripsi Skala Kecenderungan Narsistik

Skala Kecenderungan Narsistik memiliki 41 aitem dengan skor tiap pilihan jawaban sekitar 1 hingga 4. Berdasarkan hasil perhitungan, skor minimum yang diperoleh kemungkinan yaitu 41 dari (41×1) serta skor maksimum yang diperoleh kemungkinan 164 dari (41×4) . Rentang antar skor minimum dan maksimum adalah 123 dari $(164 - 41)$. Nilai standar deviasi adalah 20,5 dari $((164 - 41)/6)$. Nilai *mean* hipotetik adalah 102,5 dari $((164 + 41)/2)$.

Tabel 18. Deskripsi Skor Kecenderungan Narsistik

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	41	41
Skor Maksimum	134	164
Mean (M)	68.65	102.5
Standar Deviasi (SD)	19.323	20.5

Berdasarkan perhitungan didapatkan *mean* empirik sebesar 68.65, hal ini berarti skor subjek berada dalam kategori tinggi. Adapun norma kategorisasi variabel kecenderungan narsistik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 19. Kategorisasi Skor Kecenderungan Narsistik

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$133.25 < 164$	Sangat Tinggi	0	
$112.75 < X \leq 133.25$	Tinggi	1	0.5%
$92.25 < X \leq 112.75$	Sedang	28	13.5%
$71.75 < X \leq 92.25$	Rendah	72	34.8%
$41 \leq 71.75$	Sangat Rendah	106	51.2%

**Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Kecenderungan Narsistik**

F. Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik. Hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima karena hasil analisis data menggunakan teknik korelasi *Spearman's Rho* menunjukkan adanya hubungan yang negatif antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo. Nilai korelasi yang diperoleh adalah sebesar $r_{xy} = -0.686$ dengan tingkat signifikansi sebesar $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Artinya, nilai korelasi -0.686 termasuk dalam kategori kuat dengan arah hubungan negatif.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan diri seorang mahasiswa maka akan semakin rendah tingkat kecenderungan narsistik. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan diri, maka semakin tinggi kemungkinan individu mengalami kecenderungan narsistik seperti butuh pengakuan dari orang lain, ketagihan jadi pusat perhatian, berlebihan dalam *posting* di media sosial, serta haus pujian dari orang lain. Artinya, semakin rendah tingkat kepercayaan diri individu maka akan semakin tinggi tingkat kecenderungan narsistik.

Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi dalam kepercayaan diri. Hal ini disebabkan oleh adanya pengaruh yang signifikan oleh intensitas keterlibatan mereka dalam aktivitas sosial dan akademik, selain itu dukungan sosial yang memadai, serta keberhasilan individu yang berkontribusi terhadap penguatan *self-efficacy* dan persepsi positif terhadap kemampuan diri juga mendorong terbentuknya kepercayaan diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Alifa (2023) terhadap pengikut akun Instagram @uinws.story yang berjudul "Fenomena Perilaku Narsis Mahasiswa UIN walisongo Semarang pada Akun Instagram @uinws.story serta Solusinya Perspektif Bimbingan Islami" menunjukkan bahwa mahasiswi UIN Walisongo memiliki tingkat narsisme yang rendah. Meskipun beberapa gejala yang mirip dengan perilaku narsistik masih seringkali ditemukan, seperti keinginan untuk dipuji, rasa superioritas, dan fantasi yang tidak realistis tentang kesuksesan, gejala ini tidak ditunjukkan secara eksplisit. Hal ini diduga disebabkan oleh nilai-nilai keislaman yang dianut oleh mahasiswi, seperti pentingnya ibadah, rasa syukur, dan bimbingan keagamaan yang berfungsi sebagai kontrol diri. Nilai-nilai tersebut membantu individu untuk menghindari ekspresi diri yang berlebihan di media sosial serta mencegah perkembangan karakter narsistik yang dominan. Karena dorongan spiritual dan kesadaran moral yang kuat, individu tetap dapat berperilaku secara wajar dan terkendali meskipun mereka aktif menggunakan media sosial. Pernyataan dari beberapa mahasiswa menyebutkan bahwa jika dalam penggunaan media sosial tidak hati-hati dan tidak terkontrol akan

mendorong individu ke arah perilaku narsistik karena haus akan validasi dan pengakuan.

Kondisi di lapangan memperkuat hasil tersebut, ditunjukkan melalui wawancara dengan tiga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang merupakan pengguna aktif media sosial Instagram. Individu mengaku mengalami kecenderungan narsistik. Individu mengaku mengalami kejadian seperti selalu ingin tampil sempurna supaya mendapatkan *likes* ataupun komentar, ketagihan menjadi pusat perhatian, seringkali *posting selfie* berlebihan, *update* kegiatan apapun dan haus akan validasi. Hal ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Najib dkk., (2018) yang menyatakan bahwa, seseorang yang memiliki kecenderungan narsistik yang tinggi akan merasa lebih baik, merasa spesial, selalu ingin dipuji, berani dalam melakukan segala sesuatu, ingin menjadi pusat perhatian, dan selalu memperhatikan setiap penampilannya.

Teori ini diperkuat oleh hasil penelitian lain seperti yang disampaikan oleh (Choirunnisa dkk., 2020) menemukan tanda-tanda perilaku narsistik pada remaja, termasuk menuntut diri untuk dikenal banyak orang, marah ketika orang lain tidak setuju dengan pendapatnya, mengabaikan orang lain untuk mencapai keinginannya sendiri, dan tidak peduli dengan orang lain. Pada penelitian Rennita (2023) mengemukakan bahwa terdapat keterkaitan antara tingkat kepercayaan diri dan kecenderungan narsistik pada remaja yang menggunakan Instagram, dimana hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah bahwa semakin tinggi kepercayaan diri remaja yang menggunakan Instagram, semakin besar kecenderungan mereka untuk berperilaku narsistik.

Kesimpulan yang di dapatkan adalah kepercayaan diri memiliki hubungan negatif dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Semakin tinggi tingkat kepercayaan diri maka akan semakin rendah tingkat kecenderungan narsistik. Sebaliknya, jika semakin rendah kepercayaan diri maka akan semakin tinggi kecenderungan narsistik, dengan ini hipotesis pada penelitian dapat diterima.

G. Kelemahan Penelitian

Kelemahan yang ditemukan selama dalam proses penelitian adalah:

1. Pada skala penelitian tidak dicantumkan frekuensi penggunaan media sosial sehari-hari, sehingga peneliti tidak dapat mengetahui secara pasti apakah subjek merupakan individu dengan kecenderungan narsistik yang rendah, sedang, atau tinggi berdasarkan frekuensi penggunaan media sosialnya.
2. Banyak responden yang mengabaikan kuisisioner karena keterbatasan minat, waktu, atau merasa tidak ada ikatan langsung dengan peneliti.
3. Peneliti tidak dapat memastikan apakah responden menjawab dengan jujur atau hanya asal mengisi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang didapatkan peneliti adalah ada hubungan yang negatif antara kepercayaan diri dengan kecenderungan narsistik pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Hal ini berarti pengajuan hipotesis yang telah dilakukan peneliti diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan diri maka akan semakin rendah tingkat kecenderungan narsistik pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan diri maka akan semakin tinggi kecenderungan narsistik yang dialami.

B. Saran

Saran yang diberikan peneliti didasari dari hasil kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi subjek

Disarankan agar individu dengan kepercayaan diri tinggi serta memiliki tingkat kecenderungan narsistik yang rendah agar tetap mengontrol aktivitas di media sosial, khususnya dalam hal mengunggah konten. Meskipun merasa nyaman dalam berekspresi, penting bagi subjek untuk mempertimbangkan nilai dan tujuan setiap unggahan agar tidak berujung pada perilaku berlebihan. Dengan menetapkan batasan frekuensi unggahan, menjaga privasi, serta merefleksikan kembali jejak digital secara berkala, subjek dapat menggunakan media sosial secara bijak tanpa bergeser ke arah pencitraan diri yang berlebihan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mencantumkan frekuensi penggunaan media sosial dalam skala penelitian, agar diperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai hubungan antara intensitas bermedia sosial dengan kecenderungan narsistik. Dengan demikian, analisis yang dihasilkan dapat lebih akurat dalam menilai sejauh mana frekuensi penggunaan media sosial mencerminkan karakter psikologis subjek.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. *Jurnal komunikasi*, 14(2), 135-148.
- Adi, P. S., & Yudiati, M. A. (2009). Harga diri dan kecenderungan narsistik pada pengguna Friendster. *Jurnal Psikologi*, 3(1), 25–32.
- Adi, P. S., & Yudiati, M. E. A. (2009). Harga diri dan kecenderungan narsistik pada pengguna Friendster. *Jurnal Psikologi*, 3(1), 25–32.
- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap gaya hidup dan etika remaja. *Tematik*, 7(2), 130-139.
- Alpian, Y., Anggraeni, S. W., Mahpudin, M., & Priatin, S. (2020). Konsep diri dengan kepercayaan diri siswa sekolah dasar. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 3(2), 370-383.
- Amin, A. (2018). Hubungan kepercayaan diri dengan penyesuaian diri pada remaja. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 5(2), 79-85.
- Amri, S. (2018). Pengaruh kepercayaan diri (self confidence) berbasis ekstrakurikuler pramuka terhadap prestasi belajar matematika siswa SMA Negeri 6 Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 3(2), 156-170.
- Annisa, A. S. A. N., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, 12(1), 86-109.
- Aprilia, L. (2020). Hubungan Antara Kecenderungan Narsistik Di Media Sosial Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Karang Taruna Di Perumahan Jatisari Mijen Semarang. https://eprints.walisongo.ac.id/15259/1/1507016016_LINA%20APRILIA_0BAGIAN%20FULL%20-%20Lina%20Aprilia.pdf
- Apsari, F. (2012). Hubungan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing pada pria metroseksual. *Jurnal Talenta Psikologi*, 1(2).
- Ardani, T. A., & Hadjam, M. N. R. (2011). Psikologi abnormal. Bandung: CV Lubuk Agung.
- Ayu Aziza, W. (2021). Analisis sistem antrian layanan teller Bank Negara Indonesia (BNI) kantor cabang Jakarta Kota (Doctoral dissertation,

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta).
<http://repository.stei.ac.id/4263/4/bab%203.pdf>

- Azmi, I. U., Nafi'ah, N. A., Thamrin, M., & Akhwani, A. (2021). Studi Komparasi Kepercayaan Diri (Self Confidence) Siswa yang Mengalami Verbal Bullying dan Yang Tidak Mengalami Verbal Bullying di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3551-3558.
- Azwar, S. (2016). Reliabilitas dan validitas. Pustaka Pelajar.
- Barry, C. T., Chaplin, W. F., & Grafeman, S. J. (2006). *Aggression following performance feedback: The influences of narcissism, feedback valence, and comparative standard. Personality and Individual Differences*, 41(1), 177-187.
- Brummelman, E., & Sedikides, C. (2020). *Raising children with high self-esteem (but not narcissism). Child Development Perspectives*, 14(2), 83-89.
- Brummelman, E., Thomaes, S., Nelemans, S. A., Orobio de Castro, B., Overbeek, G., & Bushman, B. J. (2015). *Origins of narcissism in children. Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(12), 3659-3662.
- Bukhori, B. (2016). Kecemasan berbicara di depan umum ditinjau dari kepercayaan diri dan keaktifan dalam organisasi kemahasiswaan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 158-186.
- Cai, X., Li, Y., Zhang, H., Wang, J., & Chen, L. (2020). *Psychological impact and coping strategies of frontline medical staff during the COVID-19 pandemic in Hunan, China. Journal of Public Health and Clinical Practice*, 5(2), 123-134.
- Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2011). *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder: Theoretical approaches, empirical findings, and treatments*. John Wiley & Sons.
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). *It's all about me: Narcissistic CEOs and their effects on company strategies and performance. Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351-386.
- Davidson, G. C., Neale, J. M., & Kring, A. M. (2014). Psikologi abnormal (Edisi ke-9). Jakarta: Rajawali Pers.
- DeWall, C. N., Buffardi, L. E., Bonser, I., & Campbell, W. K. (2011). *Narcissism and implicit attention seeking: Evidence from linguistic analyses of social networking and online presentation. Personality and Individual Differences*, 51(1), 57-62.

- Elliya, R., & Rahma, A. (2020). Hubungan harga diri dengan gejala narsistik (Narcissistic Personality Disorder) pada mahasiswa program studi pendidikan dokter Universitas Malahayati. *Malahayati Nursing Journal*, 2(2), 305–316.
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku narsis pada media sosial di kalangan remaja dan upaya penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20 (2), 121–134.
- Freud, S. (1957). On narcissism: An introduction (J. Strachey, Ed. & Trans.). In *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud* (Vol. 14, pp. 67–102). London: Hogarth Press. (Original work published 1914).
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. S. (2010). Teori-teori psikologi. Ar-Ruzz Media.
- Goodman, C. L., & Leff, B. (2011). *The everything guide to narcissistic personality disorder*.
- Gottlieb, M. (2022). *Is TikTok the next social media frontier for medicine? Journal of Medical Internet Research*, 24(4), eXXXX.
- Hakim, A. (2022). Hubungan antara kepercayaan diri dengan prestasi belajar siswa di SMA Negeri 1 Pekanbaru(Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hardika, J., Noviekayati, I. G. A. A., & Saragih, S. (2019). Hubungan self-esteem dan kesepian dengan kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada remaja pengguna sosial media instagram. *PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 14(1), 1-13.
- Hidayati, N. (2022). Kecenderungan narsistik dan dampaknya terhadap kesehatan mental remaja di era digital. *Jurnal Psikologi Remaja*, 10(3), 201-215.
- Hidayati, S. A. R. A. N., & Savira, S. I. (2021). Hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial sebagai moderator pada mahasiswa psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(3), 1-11.
- Hikmat. (2016). Bimbingan akhlaqul karimah terhadap perilaku narsisme remaja. *Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 15(2), 203–214.
- Himmah, F. (2021). Hubungan kepercayaan diri dengan kecemasan berbicara di depan umum pada mahasiswa baru Fakultas Psikologi UIN Maulana

- Malik Ibrahim Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/27456>
- Horton, R. S., Bleau, G., & Drwecki, B. (2006). *Parenting Narcissus: What are the links between parenting and narcissism?* *Journal of Personality*, 74(2), 345–376.
- Hurlock, E. B. (1999). Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (Istiwidayanti & Soedjarwo, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat kepercayaan generasi Z terhadap berita infografis dan berita ringkas di media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 169–182.
- ISLAMI, B. (2023). Fenomena Perilaku Narsis Mahasiswi Uin Walisongo Semarang Pada Akun Instagram Uinws. Story Serta Solusinya Perspektif. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20433/>
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2002). *Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct?* *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 693–710.
- Juwita, E. P., Budimansyah, D., & Nurbayani, S. (2015). Peran media sosial terhadap gaya hidup siswa. *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 5(1), 1–11.
- Kembaren, D. R. S. (2016). Hubungan antara kesepian dengan kecenderungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media Instagram (Skripsi, Program Studi Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana). Universitas Kristen Satya Wacana Repository.
- Khadijah, K., & Arlizon, R. (2022). Perilaku Narsisme Pada Remaja Dan Peran Guru Bimbingan Dan Konseling. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(2), 236-244.
- Kohut, H. (2009). *The analysis of the self: A systematic approach to the psychoanalytic treatment of narcissistic personality disorders*. University of Chicago Press.
- Kristanti, S. A., & Eva, N. (2022). Self-esteem dan self-disclosure generasi Z pengguna instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 10-20.
- Kristanto, S. (2012). Tingkat kecenderungan narsistik pengguna facebook. *Journal of social and industrial psychology*, 1(1).

- Kurniasari, N. I. (2019). Hubungan Antara Pola Asuh Permisif Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Remaja (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/6090/1/SKRIPSI%20PDF.pdf>
- Laeli, A. N., Sartika, E., Rahman, F. N., & Fatchurrahmi, R. (2018). Hubungan Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 23(1), 27-40.
- Laeli, A. N., Sartika, E., Rahman, F. N., & Fatchurrahmi, R. (2018). Hubungan Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 23(1), 27-40. <https://journal.uui.ac.id/Psikologika/article/download/13258/9332/30259>
- Lauster. (2003). *Personality test*.
- Lestari, N. K. A. I., & Wulanyani, N. M. S. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Narsistik Pada Remaja Di Media Sosial: Literatur Review. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 12178-12196.
- Luxori, Y. (2005). Seni bergaul. Khalifa.
- Margaretha, O., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Self-esteem dengan narsistik pada remaja yang hobi foto selfie menggunakan filter instagram. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 13(1).
- Margaretha, O., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Self-esteem dengan narsistik pada remaja yang hobi foto selfie menggunakan filter instagram. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 13(1).
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mirhan, J. B. K. J. (2016). Hubungan antara percaya diri dan kerja keras dalam olahraga dan keterampilan hidup. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 12(1).
- Muliani, N. (2021). Pencegahan kecenderungan narsistik melalui kontrol diri. *Jurnal Al-Irsyad: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 3(2), 311-324.
- Najib, M. A., Sugiarto, A., & Erawati, E. (2018). Swafoto narsistik dan harga diri remaja. *INSAN: Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2(2), 103–110.

- Nealis, L. J., Sherry, S. B., Sherry, D. L., Stewart, S. H., & Macneil, M. A. (2016). *Toward a better understanding of narcissistic perfectionism: Evidence of factorial validity, incremental validity, and mediating mechanisms. Journal of Research in Personality*, 60, 27–38.
- Nevid, J. S., Rathus, S. A., & Greene, B. S. (2006). *Psikologi abnormal: Edisi terjemahan dari Abnormal Psychology in a Changing World* (Edisi 5; J. Murad & W. C. Kristiaji, Penerjemah). Erlangga.
- Nopiyanti, S., & Rita, E. (2021). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Narsisme Pada Mahasiswa Semester 6 & 8 S1 Reguler Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Muhammadiyah Jakarta. *Jurnal Keperawatan*, 1(1), 9. <https://lib.fikumj.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=16453&bid=5279>
- Palupi, A. G. R., & Noorizki, R. D. (2023). Analisis remaja yang memiliki perilaku narsistik. *Flourishing Journal*, 3(7), 293-303.
- Paramboukis, O., Skues, J., & Wise, L. (2016). *An exploratory study of the relationships between narcissism, self-esteem and Instagram use. Social Networking*, 5(2), 82–92.
- Pieter, Z., & Lubis, L. (2010). Pengantar psikologi untuk kebidanan (Edisi pertama). Jakarta: Kencana.
- Pratiwi, A. (2020). Hubungan antara kepercayaan diri dan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 123-135.
- Pratiwi, R. G., & Daliman, S. U. (2021). Hubungan Antara Self Esteem Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Remaja Pengguna Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/92143>
- Pristaliona, I., Hidayati, D. S., & Prasetyaningrum, S. (2022). *Are fear of missing out and loneliness a symptom of narcissistic behaviour? Cognicia*, 10(1), 51–57.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out. Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Puspitasari, F. I. (2015). Kebutuhan remaja untuk mengirim foto atau video di Instagram. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 2(2), 474–485.

- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir. *Jurnal Spirits*, 4(2), 22-32.
- 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.
- Rathus, S. A., & Nevid, J. S. (2000). *Abnormal psychology: A scientist-practitioner approach*. Wadsworth.
- RENNITA, S. (2023). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Remaja Pengguna Instagram (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). <https://repository.radenintan.ac.id/29851/1/COVER%20BAB%201%20%20BAB%205%20DAPUS.pdf>
- Rini, J. F. (2002). Memupuk rasa percaya diri. Academia.edu.
- Risnanda, D. A. (2021). Gambaran Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area). <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/16257>
- Riyanita, R., & Supradewi, R. Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Media Sosial “Instagram” Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira*.
- Rosyida, A. (2013). Perbedaan tingkat kepercayaan diri (self confidence) ditinjau dari posisi urutan kelahiran (birth order) mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Basicedu*, 7(2), 32–41.
- Ryff, C. D. (2018). *Well-being with soul: Science in pursuit of human potential*. *Psychological Inquiry*, 29(3), 235–243.
- Sabekti, R., Yusuf, A., & Pradanie, R. (2019). *Self-actualization and trends of narcissism in adolescent social media user*. *Psychiatry Nursing Journal*, 1(1), Article posted March 1, 2019.
- Sakinah, U., Zatrahadi, M. F., & Darmawati, D. (2019). Fenomena narsistik di media sosial sebagai bentuk pengakuan diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 34-43.
- Sakinah, U., Zatrahadi, M. F., & Darmawati, D. (2019). Fenomena narsistik di media sosial sebagai bentuk pengakuan diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 34-43.

- Saputro, N. D., & Suseno, M. N. M. (2010). Hubungan antara kepercayaan diri dengan employability pada mahasiswa. *Jurnal Psikohumanika*, 3(1), 21-30.
- Sari, D. P., & Rahmawati, N. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepercayaan diri dan narsisme pada generasi Z. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 15(1), 45-60.
- Sari, E. P. P., Ifdil, I., Nurfarhanah, N., Fadli, R. P., & Ardi, Z. (2025). Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku narsistik siswa pengguna media sosial dan peran guru bimbingan konseling dalam penanganannya. *Education and Social Sciences Review*, 6(1), 16-23.
- Sari, P., Suarja, S., Zainuri, I., & Pajariantio, H. (2023). Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsistik. *Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kecenderungan Narsistik*, 8(1), 1-7.
- Sari, T. H., Delvira, W., Wirdaniza, D., & Ashali, S. S. (2020). Peningkatan Pengetahuan Remaja Tentang Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Fisik Dan Mental Dengan Pendekatan Peer Group Di Smpn 21 Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 3(2), 134-144.
- Schulze, L., Dziobek, I., Vater, A., Heekeren, H. R., Bajbouj, M., Renneberg, B., Heuser, I., & Röpke, S. (2013). *Gray matter abnormalities in patients with narcissistic personality disorder. Journal of Psychiatric Research*, 47(8), 1036–1041.
- Sembiring, K. D. R. (2017). Hubungan antara kesepian dan kecenderungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media instagram. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 147-154.
- Sissoko, O. A. A., & Prasetyawati, H. (2022). Kebutuhan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Perilaku Narsis di Instagram. *Matriks Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(1), 31-40.
- Stajkovic, A. D., Lee, D., Greenwald, J. M., & Raffiee, J. (2015). *The role of trait core confidence higher-order construct in self-regulation of performance and attitudes: Evidence from four studies. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 133, 101–114.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi 2). Alfabeta.

- Sundoro, A. R., Trisnani, R. P., & Christiana, R. (2022). Kecenderungan narsistik mahasiswa dalam menggunakan media sosial Instagram ditinjau dari jenis kelamin. Prosiding Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling, Universitas PGRI Madiun.
- Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017). Menumbuhkan kepercayaan diri siswa. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2009). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. Free Press.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press.
- Ulfa, N. F. (2019). Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Gaya Hidup Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi MTsN Model Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Ummah, W., & Kelly, E. (2017). Update Status Dan Nama Facebook Dengan Perilaku Narsistik. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 4(1), 1-8.
- Wahyuni, F. R., & Nurdin, M. N. H. (2022). Hubungan antara harga diri dan kecenderungan perilaku narsistik pengguna instagram pada dewasa awal. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1(6), 639-653.
- Wahyuni, F. R., & Nurdin, M. N. H. (2022). Hubungan antara harga diri dan kecenderungan perilaku narsistik pengguna instagram pada dewasa awal. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1(6), 639-653.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). Digital 2023: Indonesia. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2023>
- Widiger, T. A., & Bornstein, R. F. (2001). *Histrionic, narcissistic, and dependent personality disorders*. In H. E. Adams & P. Sutker (Eds.), *Comprehensive handbook of psychopathology* (3rd ed., pp. 507–529). New York, NY: Plenum.
- Winardi, R. D., & Permana, Y. (2015). Pengaruh skeptisme profesional dan narsisme klien terhadap penilaian auditor eksternal atas risiko kecurangan (Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada). Universitas Gadjah Mada Repository.
- Zaeni ZM, A. (2022). *Analysis of customer value, customer satisfaction and service quality on repurchase intention with customer trust as intervening*

variables. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 2(1), 27–37.

Zaeni, S. I. (2022). *Problematika perilaku narsistik pada remaja dalam bermedia sosial. Society*, 13(2), 2–5.

Zhang, Y., & Johnson, R. (2023). *Cognitive reframing of negative thoughts through human-language model interaction.*

Zhang, Y., & Smith, J. (2023). *Facilitating self-guided mental health interventions through human-language model interaction: A case study of cognitive restructuring.*

Zimbardo, P. G. (2007). *The Lucifer effect: Understanding how good people turn evil.* Random House.

Zong, J. (2022). *Procedural and substantive ethics in the design of research ethics systems. Ethics and Information Technology*, 24(2), 145–158.

