

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sangat membantu pekerjaan manusia, sehingga lebih mudah dan cepat dalam pelaksanaannya. Salah satu teknologi tersebut adalah penggunaan internet dan media sosial. Manusia tetap dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain melalui internet dan media sosial. Hal ini juga memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi tanpa memandang waktu atau tempat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (*APJII*), Indonesia mengalami peningkatan jumlah pengguna internet. Survei yang dilakukan pada Maret hingga April tahun 2019 ini, terungkap ada sekitar 171 orang di Indonesia yang menggunakan internet. Angka tersebut terus meningkat kurang lebih 10,2% atau 27 juta jiwa per tahunnya Sakinah, Zatrachadi, & Darmawati (2019). Peningkatan jumlah orang yang menggunakan internet di masa pandemi juga berkontribusi pada peningkatan penggunaan media sosial, baik di kalangan anak, remaja, maupun dewasa. Media sosial menyediakan berbagai layanan, sehingga lebih mudah dan menyenangkan bagi pengguna untuk berbagi pengalaman. Akibatnya, media sosial telah menyebabkan remaja menderita kecanduan.

Media sosial adalah salah satu bentuk media internet yang paling cepat berkembang. Sosial media adalah sebuah internet yang berbasis berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan terciptanya aplikasi dan pertukaran konten oleh penggunanya Kaplan & Haenlein (dalam Anwar, 2017). Menurut data *APJII*, penggunaan media sosial meningkat 15-20 persen selama periode Covid-19, dengan 47 persen penduduk memiliki akses media sosial dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan sebelum periode Covid-19. Sekitar 70% pengguna internet di seluruh dunia aktif di media sosial Dewi, Putri, Nugraha, dan Bil Haq (2020). Pew Research Center menemukan bahwa hampir 91 persen pemilik smartphone berusia 18 hingga 29 tahun menggunakan media sosial Sabekti, Yusuf, dan Predante (2019). Media sosial yang mengalami peningkatan yaitu aplikasi Tiktok.

Selama pandemi Covid-19 yang saat ini melanda dunia, basis pengguna Tiktok telah berkembang menjadi lebih dari 2 miliar orang. Jumlah pengguna yang telah mengunduh aplikasi tiktok melampaui angka 1,5 juta secara global pengguna aplikasi instagram. Penggunaan aplikasi tiktok telah menjadi trend baru di masyarakat umum. Aplikasi Tiktok banyak digunakan oleh banyak orang, termasuk orang dewasa, anak-

anak, dan bahkan dewasa untuk sarana hiburan. Aplikasi tiktok merupakan salah satu sosial media serta platform yang menyajikan musik, video, visual hingga tarian Utami, Nujiana, dan Hidayat (2021). Pengguna aplikasi Tiktok di Indonesia tahun 2017 - 2020 terus meningkat setiap tahunnya. Aplikasi tiktok diunduh sebanyak 700 juta kali sepanjang tahun 2019 dan menduduki peringkat kedua setelah WhatsApp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh (Adawiyah, 2020). Orang-orang menghabiskan waktu di rumah dan melakukan aktivitas seperti membuat konten video Tiktok sebagai cara untuk menghilangkan kebosanan, mengekspresikan diri melalui menari, bernyanyi, menjadi orang yang kreatif dan inovatif. Ini juga berkaitan dengan meningkatnya intensitas penggunaan media sosial, dengan waktu akses kurang lebih 3 jam, 18 menit, atau kurang lebih 198 menit per hari Najah, Putra, dan Aiyuda (2021). Tiktok banyak menarik perhatian remaja tetapi tidak jarang juga sosial media tiktok ini membuat remaja menjadi lupa akan waktu dan tempat dalam menggunakannya (Kusuma & Oktavianti, 2020). Namun dengan menggunakan sosial media tiktok yang berlebihan dapat menimbulkan permasalahan psikologi salah satunya yaitu gangguan kepribadian atau dikenal dengan narsisme.

Aplikasi tiktok adalah aplikasi yang di buat oleh perusahaan teknologi Tiongkok yang dikenalkan pada tahun 2017. Tiktok adalah sebuah media sosial yang digunakan untuk mengunggah, mengedit, serta membagikan video pendek dengan disertai filter pendukung (Hutasolt, 2021). Aplikasi tiktok merupakan wadah untuk meningkatkan kreativitas serta momen berharga dari berbagai arah menggunakan smartphone. Tiktok memungkinkan siapa saja untuk menjadi pencipta dan mendorong pengguna untuk mengekspresikan diri secara kreatif melalui klip video yang berdurasi antara 15 hingga 60 detik. Menurut Susilowati (dalam Pratama & Muchlis, 2020) menjelaskan bahwa tiktok adalah aplikasi yang memberikan efek unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah untuk membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dibagikan kepada pengguna lain. Tiktok adalah platform media sosial yang menyediakan video dan musik, baik untuk tarian atau dance, gaya bebas, atau lainnya sesuai dengan kinerja pencipta untuk tumbuh dan berkembang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Dalam aplikasi tiktok juga terdapat jumlah pengikut (*followers*) yang merupakan pengguna aplikasi tiktok yang terpengaruh adanya daya tarik popularitas dari sebuah akun yang ada di aplikasi tiktok tersebut. Menurut Pamungkas dan Djulaeka (dalam Fitri, Pertiwi, & Sary, 2021) Tiktok merupakan sebuah aplikasi menarik, yang digunakan oleh berbagai kalangan

untuk membuat sebuah konten video berdurasi pendek namun dengan hasil yang luar biasa serta dapat dibagikan kepada *followers* atau pengguna akun di aplikasi tiktok. Tiktok juga memiliki beberapa kualitas positif, yaitu menghibur dan dijadikan sebagai wadah meningkatkan eksistensi. Namun, kepopuleran aplikasi tiktok tidak hanya menimbulkan dampak positif, tetapi juga menimbulkan dampak negatif bagi yang menggunakannya. Dampak negatif dari penggunaan tiktok ini adalah karena kurangnya konsep diri dari individu tersebut, seperti halnya dalam penggunaan pakaian yang kurang pantas untuk digunakan, serta berjoget dengan gerakan yang kurang sopan. Ironisnya, banyak sekali orang yang menggunakan aplikasi tiktok terutama remaja untuk melakukan hal seperti ini, sehingga menjadi topik hangat dan dibagikan secara luas demi mendapatkan perhatian dan popularitas.

Hal ini lah yang menjadikan aplikasi tiktok sebagai ajang untuk eksistensi diri namun cenderung pada perilaku narsisme, mengingat tujuan dari pengguna tiktok tersebut untuk mendapatkan pujian serta kecintaan diri secara berlebihan. Berdasarkan informasi yang dihimpun di lapangan, ada sebuah video di media sosial Instagram yang menggambarkan seorang remaja menggunakan aplikasi tiktok untuk menampakkan auratnya saat berjoget dengan mengenakan seragam sekolah. Hal ini menimbulkan daya tarik dari pihak lain, yang berujung pada perbuatan asusila yang tidak patut untuk dikonsumsi orang lain. Semua ini adalah metode yang lebih canggih dalam menggunakan aplikasi tiktok. Tindakan tersebut menunjukkan perilaku yang mengarah pada kecenderungan kepribadian narsisme Aprilian, Elita, dan Afriyati (2019). Dari pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa aplikasi tiktok merupakan sebuah platform atau wadah yang menyajikan video disertai musik yang mampu meningkatkan kreativitas bagi penggunanya dalam membuat sebuah konten serta penggunaan yang berlebihan yang menunjukkan perilaku tidak pantas dalam membuat konten dapat membuat penggunanya mengalami perilaku narsisme.

Seiring dengan kemajuan teknologi, keberadaan konten menjadi semacam kebutuhan bagi seseorang dalam menggunakan sosial media. Namun kini jenis konten yang hadir semakin beraneka ragam jenis, format, serta karakteristiknya. Mulai dari konten youtube, instagram, tiktok, dan lain sebagainya. Menurut Simarmata (2018) konten merupakan pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Sedangkan yang dimaksud dengan konten menurut KBBI merupakan sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten juga merupakan sesuatu yang dapat di ungkapkan melalui beberapa media, seperti gambar, tulisan, video, atau bentuk

lainnya. Menurut (Edib, 2021) dalam bukunya yang berjudul menjadi kreator konten di era digital jenis – jenis konten yaitu seperti: a) konten edukasi: konten edukasi berisi pengetahuan yang bermanfaat serta memiliki fungsi untuk menambah nilai konten utama. Misalnya saja ketika seseorang mendalami tentang kosmetik, maka individu tersebut dapat membuat konten mengenai tips memilih kosmetik, rekomendasi harga, hingga cara pemakaiannya. b) konten *review*: merupakan suatu konten yang bertujuan untuk memberikan sebuah ulasan satu produk barang maupun jasa. Konten ini biasanya menghadirkan *testimoni* sebagai konsumen, sehingga penonton dapat mengetahui informasi lebih lanjut mengenai produk atau jasa yang di review tersebut. c) konten *dance* atau tarian: merupakan ide konten yang memberikan ruang untuk penggunanya bebas mengekspresikan dirinya melalui tarian atau dance video dengan menggunakan konsep serta lagu yang sudah dibuat sebelumnya. d) konten “*a day in my life*” : merupakan sebuah jenis konten yang menceritakan atau mempertontonkan kegiatan keseharian hingga kebiasaan seseorang mulai dari bangun pagi, bekerja, hingga tidur kembali. e) konten *OOTD*: merupakan konten berupa *tutorial* memadupadakan *outfit* atau *fashion* yang digunakan baik berupa *outfit* kerja, *hangout*, lebaran dan lain sebagainya yang dapat dikreasikan. f) konten promosional: merupakan konten yang tujuannya yaitu untuk mengajak penonton mengunjungi sosial media dari produk yang ditawarkan untuk meningkatkan daya beli dari penonton tersebut terhadap produk tersebut. g) konten *mukbang*: merupakan konten yang isinya yaitu membagikan momen *mukbang* atau makan makanan seperti kue, makanan khas daerah maupun luar daerah dengan jumlah atau porsi yang banyak. oleh karena itu dengan adanya beragamnya jenis konten tersebut membuat seseorang untuk merasa terdorong untuk terus tertarik membuat konten yang jika dilakukan secara berlebihan mampu mengganggu kesehatan mental yaitu gangguan kepribadian kecenderungan perilaku narsisme.

Menurut *American Psychiatric Association* dalam DSM V (2013) kecenderungan kepribadian narsisme adalah suatu pola kepribadian yang menetap ditandai dengan adanya fantasi atau perilaku berlebihan terhadap kesuksesan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, cinta ideal, kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain serta kurangnya kemampuan untuk berempati. Menurut Engkus, dkk, 2017 (dalam Sakinah Umul, dkk, 2019) Narsisme ialah gangguan kepribadian serta ditandai dengan perilaku yang berlebihan dalam mencintai dirinya sendiri. Narsisme merupakan suatu sifat yang menyebabkan kebesaran (*grandiose*), konsep diri, dan

pandangan hidup yang melambung Sabekti, Yusuf, dan Predante (2019). Remaja dengan perilaku narsisme akan menonjolkan diri menjadi seperti yang diidealkan untuk memaksimalkan interaksi sosial mereka. Narsisme adalah cinta diri yang memiliki keyakinan yang berlebihan terhadap dirinya, seperti fantasi akan keberhasilan dan kekuasaan, cinta ideal yang memiliki pengakuan akan kecerdasan (Apriliani, 2015). Sedangkan menurut (Santrock, 2011:437) narsisme merupakan pendekatan terhadap orang lain yang berpusat pada diri (*self-centered*) dan memikirkan diri sendiri (*self-concerned*). Selain itu, menurut (Davidson dkk, 2012), orang dengan narsisme memiliki perspektif yang lebih luas tentang kemampuan mereka sendiri, serta fokus pada fantasi mereka yang lebih besar dari kehidupan. Ada perbedaan antara narsis dan memamerkan diri. Narsisme tidak hanya ingin dikagumi dalam aktivitas jejaring sosialnya, tetapi lebih kepada mengagumi dirinya sendiri (Buffardi & Campbell, 2008). Perilaku narsisme cenderung ingin dipuji serta mencari perhatian dari pihak luar yang tujuannya adalah untuk mempertahankan eksistensi atas dirinya (Chatterje & Hambrick, 2006). Perilaku narsisme adalah perilaku untuk mempertahankan serta meningkatkan pengakuan dari orang lain (Campbell et al., 2004). Leung (2013) mendapati individu dengan perilaku narsisme ditunjukkan dengan adanya perasaan yang ingin di lihat megah, perilaku menyimpang (*eksibisionisme*), memanfaatkan perasaan orang lain secara berlebihan, serta menilai bahwa dirinya lebih penting. Menurut (Hardika et al., 2019) Pemenuhan kebutuhan narsisme muncul disebabkan ingin memperoleh daya tarik dari orang lain melalui penggunaan media sosial seperti instagram, facebook, tiktok dan lain-lainnya. Sehingga dapat disimpulkan dari pemaparan diatas mengenai narsisme yaitu suatu bentuk gangguan kepribadian yang di tandai dengan bentuk perilaku cinta diri secara berlebihan, merefleksikan diri terhadap waham kebesaran, serta menginginkan pujian atau perhatian dari orang lain terhadap dirinya.

Menurut vaknin (dalam Widiyanti Solehuddin & Saomah, 2017), ada beberapa faktor yang berkontribusi terhadap berkembangnya narsisme, yaitu sebagai berikut: 1) Perasaan *grandiose* dan *self-important*: Perasaan *grandiose* adalah perasaan megah seperti melebih - lebihkan, dan memiliki *self-important* yang merupakan kebutuhan diri untuk diakui sebagai pengawasan atau setara. 2) Fantasi : Perasaan penuh dengan fantasi seperti terobsesi dengan ketenaran, keindahan tubuh, dan lainnya. Engkus (2019) memperkuat sensasi fantasi, menyebabkan seseorang terus-menerus membutuhkan kekaguman dan pujian dari orang lain. 3) perasaan sebagai individu

yang unik dan spesial: individu yang memiliki rasa khusus serta paling hebat dengan yang lainnya. 4) kebutuhan ekspresif akan dikagumi: Memiliki kebutuhan ekspresif akan dikagumi oleh orang lain untuk mendapatkan perhatian dan menjadi seseorang yang dapat dipercaya. 5) mengeksploitasi hubungan interpersonal: menggunakan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu serta memanfaatkan hubungan dengan teman untuk mencapai ketenaran. 6) tidak empati. 7) Iri : Iri merupakan perasaan yang dimiliki individu untuk melakukan segalanya demi mencapai popularitas dan pujian yang diinginkan. 8) arogan dan angkuh perilaku: memiliki sikap seolah memiliki pengetahuan lebih dibandingkan dengan orang lain dan serta merendahkan orang lain.

Sedangkan menurut Raskin dan Terry yang (dikutip dari Mega Watis, 2017) terdapat tujuh aspek narsisme yaitu: 1) Otoritas : Pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri yang berkaitan dengan kewenangan. Individu dengan tingkat otorisasi yang tinggi akan lebih berhasil daripada mereka yang memiliki tingkat otorisasi yang rendah di tempat individu tersebut bekerja. 2) Kemandirian : Kemampuan dari dalam diri seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhan diri sendiri. 3) Motivasi untuk memanipulasi dan mendapatkan orang lain untuk kepuasan diri. Karena narsisme percaya bahwa dirinya mampu memahami orang lain dan membuat orang lain tertarik dengan dirinya. 4) *Eksibisionisme* : Kemampuan untuk menarik perhatian orang lain kepada diri sendiri, yang berkaitan dengan kemampuan, sifat atau bias, karakteristik, dan kepribadian seseorang. 5) *Eksplorasi* : Motivasi untuk memanipulasi dan mendapatkan orang lain untuk kepuasan diri. Karena narsisme percaya bahwa dirinya mampu memahami orang lain dan membuat orang lain tertarik dengan dirinya. 6) Kesombongan : Tindakan meningkatkan harga diri sendiri dengan membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Seseorang yang narsis akan terpesona dengan sifat – sifat yang diturunkan kepadanya. Narsis akan selalu melihat dirinya sebagai jiwa yang sempurna, dan akan menganggap orang lain tidak sempurna atau tidak setara dengan dirinya. 7) Hak : Keyakinan bahwa orang lain memiliki hutang rasa hormat dan kekaguman. Seseorang dengan narsisme dimana ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka individu tersebut akan menjadi sombong. Dari pendapat para ahli, aspek – aspek dari narsisme dapat disimpulkan yaitu : a) otoritas, b) *Exhibitionisme*, c) Ekplorasi. D) perasaan memiliki hak untuk mendapatkan pujian. E) angkuh dan arogan. F) *superior*. G) *self – sufficiency*.

Sedangkan menurut Nurwalia (dalam Rudi, 2017) faktor yang mempengaruhi adanya narsisme yaitu: a) Merasa dirinya sangat penting dan ingin dikenal oleh orang

lain. b) Merasa diri unik dan istimewa. c) Suka dipuji dan jika perlu memuji diri sendiri. d) Kecanduan difoto atau *shooting*. e) Suka berlama – lama di depan cermin. f) Kebanggaan berlebih. Sedangkan menurut Widayanti, Solehuddin, dan Saomah (2017) yaitu: a) keluarga maupun pola asuh. b) sosio-ekonomi. c) harga diri serta lingkungan pergaulan. Sehingga kesimpulan dari faktor – faktor narsisme yaitu : a) Memiliki cinta diri berlebih. b) Pola asuh keluarga. c) Faktor lingkungan baik keluarga maupun teman. serta d) Sosio – ekonomi.

Dari paparan fenomena di atas, disimpulkan bahwa penggunaan internet serta sosial media terutama aplikasi tiktok secara berlebihan, mampu memunculkan permasalahan psikologi salah satunya gangguan kepribadian yaitu kecenderungan narsisme. Narsisme merupakan bentuk gangguan kepribadian yang di tandai dengan bentuk perilaku cinta diri secara berlebihan, merefleksikan diri terhadap waham kebesaran, serta menginginkan pujian atau perhatian dari orang lain terhadap dirinya. Sehingga untuk mengatasi terjadinya permasalahan tersebut maka perlu adanya pengawasan orang tua serta kontrol diri yang baik dalam membuat konten tiktok seperti saat ini di masa pandemi covid-19.

Berdasarkan pernyataan di atas muncul pertanyaan penelitian bagaimana kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19 ?. Pada penelitian ini bertujuan untuk memahami kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19.

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat berupa sumbangan pemikiran dan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan langkah kebijaksanaan sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan serta sebagai referensi untuk penelitian – penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok. Sedangkan secara praktis, penelitian ini bermanfaat sebagai berikut: 1) Bagi pendidik, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu individu, sekolah, dan masyarakat umum dalam upaya meningkatkan kesehatan mental remaja dan menghindari melakukan hal-hal yang tidak perlu dalam mengejar aktualisasi diri melalui perilaku narsis. 2) Bagi Calon pendidik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan, gambaran serta informasi para calon pendidik mengenai perilaku narsisme pada penggunaan sosial media tiktok.

Penelitian yang relevan

Review studi terdahulu

Terkait penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Isrofin, 2021) mengenai bagaimana perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial tiktok pada siswa SMA, menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif serta signifikan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial tiktok. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama – sama mengukur mengenai kecenderungan narsisme terhadap aplikasi sosial media tiktok. Namun letak perbedaannya yaitu penelitian ini bahasannya tidak membahas mengenai harga diri Self – Esteem pada pengguna sosial media tiktok namun hanya berfokus kepada kecenderungan narsisme pada pengguna aplikasi tiktok dalam membuat sebuah konten video.

Terkait penelitian yang dilakukan oleh (Sabekti, Yusuf, & Predante, 2019) membahas mengenai intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan narsisme serta aktualisasi diri, menyatakan bahwa adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan narsisme serta aktualisasi diri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama – sama mengukur mengenai kecenderungan narsisme terhadap aplikasi sosial media. Namun letak perbedaannya yaitu penelitian ini tidak membahas mengenai penggunaan sosial media secara luas terhadap kecenderungan narsisme namun lebih terfokus kepada penggunaan sosial media tiktok terhadap kecenderungan narsisme.

Terkait penelitian yang dilakukan oleh (Sakinah, Zatrahadi, & Darmawati, 2019) mengenai gejala, penyebab, konsekuensi serta perspektif islam terhadap kepribadian narsistik, menyatakan bahwa narsistik dipandang dari berbagai perspektif kebanyakan merupakan perilaku yang merusak diri dan orang lain. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama – sama mengukur mengenai kecenderungan narsisme. Namun letak perbedaannya yaitu penelitian ini tidak membahas mengenai narsisme dari perspektif islam namun lebih terfokus kepada kecenderungan narsisme dalam membuat konten video tiktok di masa pandemi covid-19.