

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Akhir-akhir ini pengguna jejaring sosial *facebook* di Indonesia khususnya pada remaja mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Situs jejaring sosial *facebook* yang di rancang oleh Mark Zuckerberg menjadi media baru yang berpengaruh. Antusiasme masyarakat Indonesia terhadap situs jejaring sosial *facebook* sangat tinggi.

Tamburaka (2013) menyatakan pada tahun 2010 Indonesia telah menjadi negara dengan pengguna *facebook* terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat. Pengguna *facebook* di Indonesia sekitar 24 juta atau 10 persen dari total penduduk Indonesia.

Wong (2012) melalui melalui *facebook*, orang mempunyai keuntungan untuk berpikir tentang apa yang mereka utamakan untuk ditunjukkan kepada orang lain. Sebagai contoh orang dapat menekankan aspek dari kepribadian mereka atau membagi foto yang menyampaikan gambar terbaik untuk mengatur kesan yang baik kepada orang lain.

Pengguna *facebook* pada dasarnya selalu menampilkan dirinya melalui fitur-fitur yang ada seperti *update* status dan foto. Alifiah (2014) menyebutkan *Facebook* tidak hanya dijadikan sarana interaksi sosial, namun menjadi sarana untuk melakukan manajemen kesan dimana para *user* melakukan presentasi diri.

Sarwono (2009) menyebutkan presentasi diri adalah usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap mengenai kita baik disadari atau tidak.

Sedangkan Siibak (2009) mengungkapkan presentasi diri adalah keinginan individu untuk mengontrol kesan yang mereka sampaikan kepada orang lain, sehingga mereka dapat dengan sadar atau dengan tidak sadar menghitung aksi dan perbuatan mereka.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, dalam perkembangannya aplikasi pendukung presentasikan diri di jejaring sosial sangat beragam. Sebut saja kamera 360, *adobe photoshop*, *plastic surgery*, *beauty plus-magical camera* dan banyak aplikasi yang lainnya. Penampilan di media sosial bisa menjadi lebih cantik dan imajinatif dari pada diri yang sebenarnya.

Ada banyak hal yang mendorong orang untuk melakukan presentasi diri. Argyle (Dayakisni, 2009) mengemukakan ada tiga motivasi primer pengelolaan kesan, yaitu untuk mendapatkan imbalan materi atau sosial, untuk mempertahankan atau untuk meningkatkan harga diri, dan untuk mempermudah pengembangan identitas diri yaitu menciptakan dan mengukuhkan identitas diri.

Individu dalam melakukan presentasi diri biasanya memilih dan mengatur kesan yang ingin diciptakan, Dayakisni (2009) menyebutnya konstruksi pengelolaan kesan. Konstruksi pengelolaan kesan menyangkut pengelolaan *image* tertentu yang ingin diciptakan dan mengubah perilaku dalam cara-cara tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

Ada beberapa taktik dalam melakukan presentasi diri yang bisa dilakukan. Leary (wong, 2012) memperkenalkan beberapa taktik presentasi diri dalam kehidupan sehari-hari seperti deskripsi diri kita, pernyataan sikap, perilaku non verbal, asosiasi sosial, kesesuaian dan kepatuhan, agresi dan pengambilan risiko.

Presentasi diri berhubungan erat dengan identitas yang sengaja ditampilkan atau konsep diri pemilik akun, seperti yang diungkapkan oleh beberapa penelitian terdahulu. De graff (2011) mengungkapkan remaja membangun sebuah identitas yang sesuai dengan kepribadiannya. Wong (2012) menyatakan pengguna jejaring sosial *facebook* mempresentasikan diri sesuai dengan citra diri yang diinginkan. Gonzalez (2010) menyebutkan penelitian terbaru dalam bidang CMC (*Computer Mediated Communication*) memberi kesan bahwa presentasi secara *online* dapat berefek pada konsep diri pengguna.

Melakukan presentasi diri di jejaring sosial memiliki beberapa keuntungan, Ong (2011) menyebutkan Pengguna SNS (*Social Networking Sites*, misal *facebook*) memiliki kontrol hampir penuh atas pengungkapan informasi, mereka dapat lebih strategis dalam mengelola presentasi diri. Walther (Ong, 2011) menyatakan selain SNS mampu mempengaruhi keterbukaan sosial, diharapkan adanya peningkatan citra diri dengan presentasi diri secara online di profil SNS mereka.

Tidak semua pengguna jejaring sosial mempresentasikan diri sesuai dengan keadaan sebenarnya. Aryati (2013) menyatakan individu dapat memanipulasi mengenai dirinya, misalnya memalsukan tanggal kelahiran, tempat tinggal dan bahkan nama sebenarnya. Perbuatan tersebut dapat disebut dengan *online deception*.

Michikyan (2014) menyebutkan pada *facebook* mahasiswa tidak hanya mempresentasikan diri mereka yang sebenarnya dan diri yang ideal (yang diharapkan atau diinginkan), tetapi kadang-kadang juga mempresentasikan diri

mereka yang salah. Dewasa muda dengan neurotik yang tinggi akan menampilkan diri ideal mereka dan diri mereka yang salah (dengan tujuan untuk menipu dan mengesankan yang lain) di *facebook* dengan lebih luas.

Bufardi (2008) mengungkapkan akhir-akhir ini ada perhatian yang besar di media mengenai permasalahan narsisme dan jejaring sosial. Ini mengenai situs web menawarkan pintu gerbang untuk promosi diri melalui diskripsi diri, kesombongan melalui foto dan hubungan pertemanan yang dangkal dalam jumlah yang banyak, yang mana secara potensial terhubung dengan ciri narsisme.

Individu dengan narsisme memiliki konsep diri yang tidak realistis dan sebuah komitmen untuk memperkokoh gambaran diri yang positif (Campbell & Foster, 2007). Narsisme diperburuk dan didorong oleh jejaring sosial. Pengguna jejaring sosial *facebook* yang lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan *facebook* juga menunjukkan skor yang tinggi (Rosen, 2013).

Twenge dan Campbell (Rosen, 2013) berpendapat bahwa narsisme adalah “epidemi” yang telah meningkat dalam dua dekade terakhir. Penelitian menggunakan metode *cross-sectional* terhadap lebih dari 16.000 mahasiswa, menemukan bahwa mahasiswa saat ini skor jauh lebih tinggi (diukur melalui *Narcissism Personality Inventory*) dari 20 tahun yang lalu. Bahkan, dua-pertiga dari mahasiswa baru-baru ini mencetak diatas rata-rata dibandingkan dengan setengah dari mahasiswa yang mengambil tes yang sama pada akhir tahun 1970 dan awal 1980-an.

Komunikasi yang dilakukan di jejaring sosial membuat narsisme menjadi lebih mudah diaktualisasikan karena beberapa alasan. Mehdizadeh (2010)

menjelaskan: Pertama, pengaturan jejaring sosial menawarkan gerbang untuk ratusan hubungan dangkal dan komunikasi emosional terpisah. Kedua, halaman Web jejaring sosial adalah lingkungan yang sangat terkontrol yang memungkinkan pemilik berkuasa sepenuhnya atas penggunaan jejaring sosial sebagai alat presentasi diri. Selain itu dapat menyampaikan informasi yang diinginkan tentang diri mereka sendiri. Jejaring sosial memungkinkan kepribadian narsis untuk mengejar persahabatan sepele dengan jumlah yang tak terbatas dan selanjutnya memungkinkan mereka untuk bermegah-pandangan diri positif.

Irwin (1999) menyatakan faktor yang penting dalam diagnosis narsisme adalah secara perasaan ekstrem mementingkan diri, membutuhkan perhatian yang konstan, kelemahan dari rasa harga diri dan kekurangan empati dari yang lain. Namun orang dengan pola narsistik mempunyai presentasi diri yang baik. Ong (2011) mengungkapkan remaja yang lebih narsis dinilai foto profilnya lebih atraktif secara fisik, lebih modis, lebih mewah dan lebih keren dari pada kelompok yang lebih sedikit tingkat narsisnya.

Adi & Yudiati (2009) mengungkapkan bahwa individu dengan kecenderungan narsisme mempunyai harga diri yang rendah. Orang dengan narsisme butuh pengakuan dan pujian dari orang lain demi menaikkan harga dirinya. Ini yang menyebabkan individu dengan narsisme membutuhkan jejaring sosial untuk mencari perhatian dan dukungan sosial. Gonzales (2010) mengungkapkan studi baru-baru ini menemukan bahwa *Facebook* dapat meningkatkan “harga diri sosial” diukur sebagai persepsi seseorang penampilan

fisik, hubungan dekat, dan daya tarik romantis, terutama ketika pengguna menerima umpan balik positif dari pertemanan di *facebook*. Selain itu, Halaman web pribadi sekarang ini akan menambah keuntungan dari promosi diri (Buffardi, 2008).

Individu dengan narsisme dalam melakukan presentasi diri dan cenderung memenuhi kemauannya untuk menjadi unik, penting dan mendapat banyak perhatian dari orang banyak. Selain itu beberapa aktivitas presentasi diri di jejaring sosial juga tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Pengguna jejaring sosial seperti *facebook* hendaknya memiliki kemampuan literasi media. Tamburaka (2013) menyatakan literasi dalam hal ini merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Literasi media melingkupi literasi teknologi, literasi informasi, kreativitas media, tanggung jawab dan kompetensi sosial.

Individu dengan kepribadian yang sehat yang bisa mengontrol penggunaan akun yang mempunyai tanggungjawab sosial, mempunyai kreativitas dalam melakukan presentasi diri yang sesuai dengan realitas diri dan mampu menyaring informasi yang ada di media jejaring sosial.

Atas dasar permasalahan tersebut dapat diajukan rumusan masalah, yaitu “Apakah ada hubungan Narsisme dengan Presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *Facebook*?”. Dari uraian di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Narsisme dengan Presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *Facebook*?”

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Hubungan antara narsisme dengan Presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *facebook*
2. Tingkat presentasi diri pengguna jejaring sosial *facebook*
3. Tingkat narsisme pengguna jejaring sosial *facebook*

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi wahana perkembangan ilmu psikologi khususnya ilmu psikologi sosial dan kepribadian terutama yang berhubungan dengan penggunaan jejaring sosial dalam hal ini *facebook*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pengguna jejaring sosial *Facebook*

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai data agar pengguna jejaring sosial tidak tertipu dengan presentasi diri yang ditampilkan di *facebook*.

b. Ilmuwan Psikologi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data untuk mendukung penelitian selanjutnya mengenai presentasi diri dan perilaku pengguna jejaring sosial lainnya.