

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Munculnya media komunikasi internet dalam kehidupan manusia menghadirkan suatu peradaban baru khususnya dalam proses komunikasi dan informasi. Khususnya perkembangan jejaring sosial dalam kurun waktu lima tahun terakhir berjalan dengan pesat. Salah satu jenis situs jejaring sosial yang masih populer hingga saat ini adalah *facebook*. Maraknya penggunaan jejaring sosial membuat orang-orang mudah untuk berbagi informasi satu sama lain, terlebih lagi dengan berkembangnya *smartphone*. Para pengguna tersebut tidak perlu mengakses *facebook* dengan komputer, namun mereka sudah bisa mengakses dari *gadgetnya*. Sehingga dimanapun dan kapanpun mereka dapat mengunggah foto, memperbarui status ataupun berkomentar pada status temannya.

Senada dengan hal tersebut Ellison (2006) menyatakan bahwa *facebook* memungkinkan penggunanya untuk mempresentasikan diri di jejaring sosial, melihat dan memberikan komentar pada halaman pengguna *facebook* lain. Pengguna *facebook* juga dapat berbagi informasi tentang apa yang mereka pikirkan pada saat itu dan bahkan mengomentari tentang apa yang diposting temannya dalam profilnya, serta mem-posting foto-foto pribadi, video ataupun aktivitas-aktivitas lainnya seperti permainan berbasis online. Dengan disediakan aplikasi-aplikasi menarik dan lengkap membuat sejumlah anggota yang bergabung dengan jejaring sosial bertambah dari waktu ke waktu. Hal ini

terlihat, Hidayat (2010) pada tahun 2010 pengguna *facebook* di dunia mencapai 812 juta sedangkan di Indonesia sendiri penggunaanya mencapai angka 43,06 juta. Serta berdasarkan data dari *The Next Web* di tahun 2013 mencatat lebih dari 1,19 milyar pengguna aktif *facebook* didunia (Wahyudi, 2013) dan Indonesia mencapai 65 juta pengguna aktif *facebook* (Susanto, 2013). Sedangkan di tahun 2014 ini tercatat sebesar 1,28 milyar pengguna aktif *facebook* di dunia (Lannueardy, 2014) serta di Indonesia sendiri mencapai 69 juta pengguna aktif *facebook* (Luthfi, 2014).

Susanto (2013) juga menegaskan melalui data yang pernah dirilis oleh *Internet World Stats* di akhir tahun 2012 Indonesia menduduki peringkat keempat didunia sebagai pengguna *facebook* terbesar didunia. Selanjutnya melihat analisis yang ditampilkan oleh situs *Social Bakers*, pengguna *facebook* di Indonesia didominasi usia antara 18-24 tahun sedangkan dari jenis kelaminnya, pengguna *facebook* di Indonesia didominasi oleh pria dengan presentase sebesar 59% serta sisanya adalah wanita.

Selaras dengan hal tersebut, peneliti telah melakukan survei awal kepada 100 responden, dengan rentang usia 17-21 tahun pada tanggal 2 Desember sampai 4 Desember 2014 di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tujuan dari survei awal ini adalah untuk mengetahui apakah setiap individu memiliki jejaring sosial, jejaring sosial apa saja yang dimiliki, jejaring sosial apa yang sering dikunjungi/ digunakan, intensitas menggunakan jejaring sosial, hal yang diunggah atau diperbaharui dalam jejaring sosial tersebut serta alasan mengakses jejaring sosial tersebut. Dari hasil yang peneliti dapatkan pada 100

orang yang berusia 17-21 tahun, 100% mengatakan bahwa memiliki akun jejaring sosial. Diketahui bahwa sebesar 37% memiliki facebook, 19% memiliki twitter, 18% memiliki blackberry messenger, 14% memiliki instagram dan 11% memiliki path. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang berusia 17-21 tahun jejaring sosial yang banyak dimiliki individu dan yang sering digunakan adalah facebook dibanding jejaring sosial lain seperti twitter, instagram ataupun path.

Selanjutnya, dari hasil perolehan data mengenai intensitas penggunaan jejaring sosial, sebesar 33 % menjawab selalu, sebesar 26% menjawab sering, sebesar 26 % kadang- kadang dan sebesar 15% menjawab jarang. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang berusia 17-21 tahun selalu online jejaring sosial.

Setelah itu, dari hasil perolehan data mengenai hal apa saja yang diunggah atau diperbaharui, didapatkan sebesar 38% menjawab mengunggah foto, sebesar 27% menjawab memperbaharui status berkaitan dengan aktivitas yang sedang dilakukan, sebesar 25% menjawab memperbaharui status yang berkaitan dengan suasana hati, serta sebesar 10% menjawab mengunggah materi perkuliahan. Ini menunjukkan bahwa hal yang paling sering dilakukan individu yang berusia 17-21 tahun adalah menunggah foto.

Kemudian, dari hasil perolehan data mengenai alasan mengakses jejaring sosial tersebut, diperoleh hasil sebesar 30% menjawab untuk hiburan, sebesar 26% menjawab untuk mencari informasi dan melihat aktivitas teman, sebesar 24% menjawab untuk berkomunikasi dan menyambung silaturahmi, sebesar 14% menjawab untuk eksis, serta sebesar 6% menjaawab karena sudah sebagai

kebutuhan. Dapat dilihat bahwa alasan yang mendasari individu usia 17-21 tahun mengakses jejaring sosial tersebut adalah sebagai hiburan.

Berdasarkan pengamatan yang juga dilakukan peneliti, kecenderungan narsisme pada mahasiswa pengguna facebook menjadi suatu masalah karena seringnya mereka mengupdate status serta *share* foto tersebut juga dilakukan pada saat perkuliahan sedang berlangsung. Hal tersebut juga dikuatkan dengan pernyataan P.G bahwa dia sering mengakses facebook pada saat perkuliahan, yang dia lakukan adalah mengupdate status mengenai perkuliahan atau apapun yang sedang ada pikirannya. Selain itu juga dia mengaku bahwa sering mengupdate segala aktifitas yang dia lakukan baik sedang sendirian ataupun saat berkumpul dengan teman-temannya. Sehingga ketika berkumpul bersama dia juga lebih sering memperhatikan postingannya, seperti adanya komentar ataupun “like”.

Selain itu perkembangan jejaring sosial memunculkan fenomena baru yaitu seperti kebiasaan mengupdate status dalam aktivitas sehari-hari serta *selfie*. *Selfie* merupakan gambaran presentasi diri, dimana hal tersebut bertujuan untuk menampilkan diri dengan cara-cara yang membuat kesan baik. Utomo, 2013 menambahkan bahwa motif tertinggi dari pengguna jejaring sosial adalah *update* status dimana hal tersebut bertujuan untuk menunjukkan eksistensinya. Selain itu Wu (2014) menambahkan narsisme menjadi alasan dibalik pemilihan *profil pictured*, individu yang narsis meningkatkan level profil picture-nya lebih tinggi dengan memilih foto yang menarik dan yang mempresentasikan dirinya. Selanjutnya Ong (2011) juga menyatakan bahwa individu yang narsis

meningkatkan profil picture facebook mereka dengan menampilkan secara fisik lebih menarik, lebih *fashionable*, lebih *glamour* dan lebih *cool*. Hal tersebut bertujuan untuk tampil menarik sebagai presentasi diri di *Facebook*.

Berdasarkan hasil penelitian Kristanto (2012) menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki akun *facebook* mempunyai tingkat kecenderungan narsisme yang sedang. Dan hal tersebut mengindikasikan pengguna *facebook* cenderung memiliki sifat dan mental narsis terlihat dari jumlah pertemanannya, seringnya mengakses *facebook* untuk update status atau bercerita tentang sesuatu ataupun *share* foto, serta mengomentari status pengguna lain untuk menunjukkan eksistensinya di *facebook*. Berkaitan dengan fenomena tersebut ketika ditinjau dari DSM- V menunjukkan bahwa terdapat salah satu ciri narsisme yaitu merasa layak dan memiliki kebutuhan eksesif untuk dikagumi. Dan narsisme di jejaring soial sudah berlaku umum hampir dikalangan masyarakat.

Narsisme itu sendiri adalah cinta diri dimana memperhatikan diri sendiri secara berlebihan, memiliki keyakinan yang berlebihan tentang dirinya, seperti fantasi akan keberhasilan dan kekuasaan, cinta ideal atau pengakuan akan kecerdasan ataupun kepandaian (Nevid, 2009). Individu yang narsisme tidak berfokus pada kedekatan hubungan interpersonal, dan kehangatan yang timbul dari hasil hubungan sosial. Namun, individu yang narsisme memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas, kesuksesan, dan status yang tinggi pada situasi yang singkat serta hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut dengan kesenangan dirinya sendiri (Campbell, 2008).

Hasil penelitian dari Carpenter (2012) menunjukkan bahwa *sense of self* yang berlebihan berkorelasi dengan penggunaan facebook, yaitu memberikan presentasi diri yang luas kepada banyak pengguna lain seperti melalui update status, foto serta mencari sejumlah teman yang besar. Rasa memiliki hak yang berlebihan berhubungan dengan perilaku anti sosial seperti membalas komentar yang beresiko tentang dirinya, membaca update status dari orang lain untuk melihat apakah mereka membicarakan dirinya dan mencari dukungan lebih untuk dirinya.

Terjadinya kecenderungan narsistik menurut Nemiah (2007) umumnya perasaan harga diri (*self esteem*) yang rendah dan depresi karena jatuhnya angan-angan ideal. Tiap-tiap individu memiliki tingkat *self esteem* yang bervariasi. Dalam rangka menemukan diri dalam keadaan berharga, seseorang mungkin harus merasakan bahwa dirinya dicintai orang lain, dirinya kuat atau baik dan memiliki. Keyakinan bahwa dirinya tidak dicintai, tergantung, atau dalam keadaan buruk menghasilkan rasa kehilangan *self esteem* dan depresi. Disisi lain, Nevid (2009) juga menambahkan bahwa seseorang yang memiliki *self esteem* yang normal biasanya menghargai pujian yang datang kepadanya, namun tidak menganggap hal tersebut sebagai keharusan demi menjaga *self esteem*. Sedangkan pengertian dari *self esteem* sendiri adalah suatu dimensi evaluatif yang menyeluruh dari diri (Santrock, 2003).

Utomo (2013) memaparkan bahwa tingginya tingkat penggunaan *facebook* dapat disebabkan oleh motif tertentu. Pertama adalah penerimaan dari teman sekelompok dan kedua adalah umpan balik interpersonal (komentar) pada diri

pengguna. Kedua hal tersebut merupakan fitur yang penting yang ada pada situs jejaring sosial, karena salah satu fungsinya dapat menjadi prediktor yang penting dalam menentukan *self esteem* sosial remaja. Selaras dengan hasil penelitian Valkenburg (2006) bahwa penggunaan situs jejaring sosial akan mempengaruhi *self esteem* remaja. *Self esteem* pengguna jejaring soial akan lebih mudah terpengaruh apabila digunakan untuk komunikasi daripada hanya mencari informasi saja. Serta umpan balik (komentar) dan juga keterlibatan pengguna dalam suatu kelompok merupakan penyebab penting dalam menaikkan atau menurunkan *self esteem*-nya.

Mehdizadeh (2010) menambahkan bahwa individu yang menghabiskan banyak waktu untuk *online* memiliki *self esteem* yang rendah dan mereka mencoba untuk meningkatkan interaksi sosial dengan pengguna lainya untuk meningkatkan *self esteem*-nya. Sedangkan berdasarkan hasil ekperimen dari Gonzales (2011) menunjukan bahwa partisipan yang menggunakan *facebook* memiliki rating *self esteem* yang lebih tinggi. Yaitu dengan mengakses *facebook* dapat meningkatkan *self esteem*-nya. Data tertinggi mengenai *self esteem* berasal dari partisipan yang mengedit foto profil *facebook*nya.

Berdasarkan fenomena dan penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara *self esteem* dengan narsisme *facebook*er?

Dari rumusan masalah tersebut, peneliti memilih judul dalam penelitian ini adalah Narsisme *Facebook*er ditinjau dari *Self Esteem*.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Hubungan antara *self esteem* dengan narsisme *facebooker*.
2. Sumbangan efektif *self esteem* terhadap narsisme *facebooker*.
3. Tingkat *self esteem facebooker*.
4. Tingkat narsisme *facebooker*.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memperluas ilmu pengetahuan, khususnya psikologi, serta memberikan manfaat teoritis bagi psikologi klinis dan psikologi sosial.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan agar subjek menggunakan *facebook* seperlunya dan tidak mengunggah atau memperbaharui status ataupun foto berkaitan dengan dirinya secara berlebihan di jejaring sosial online.

- b. Bagi Orang tua

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran individu pengguna jejaring sosial serta memberikan informasi mengenai sisi lain penggunaan jejaring sosial yang berlebihan sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan komunikasi.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan, informasi, dan pengetahuan dalam melakukan penelitian sejenis seperti yang berkaitan dengan penggunaan internet ataupun jejaring sosial selain *facebook* serta mengenai *self esteem* dan narsisme.