

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Munculnya media komunikasi internet dalam kehidupan manusia menghadirkan suatu peradaban baru khususnya dalam proses komunikasi dan informasi. Ellison dan Boyd dalam jurnalnya *Social Network sites Definition, History and scholarship* (2006) mengatakan bahwa situs jejaring sosial memungkinkan orang untuk membangun profil dirinya untuk umum serta membuat daftar orang-orang yang menjadi temannya dan melihat profil orang lain.

Perkembangan jejaring sosial dalam kurun waktu lima tahun terakhir berjalan sangat pesat. Survei dari *Pew Internet & American Life Project* menyatakan bahwa 54% pengguna internet mempunyai kebiasaan mengunggah hasil jepretan foto dirinya ke dalam *instagram, twitter, facebook*, dan berbagai jenis jejaring sosial lainnya (Agosto & Abbas, 2009). Salah satu jejaring sosial yang populer adalah *instagram*. Maraknya penggunaan jejaring sosial membuat orang-orang dengan mudah berbagi informasi satu sama lain, terlebih lagi dengan berkembangnya *smartphone*. Para pengguna dapat mengakses *instagram* dimana saja, kapan saja dan melalui gadgetnya.

Wong (2012) mengungkapkan bahwa melalui *instagram*, 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.

Hal ini terlihat, data dari Taylor Nelson Sofres (TNS) tahun 2015 tercatat lebih dari 400 juta pengguna aktif *instagram* di seluruh dunia (Yenny, 2015) dan Indonesia mencapai 22 juta pengguna aktif *instagram* (Karimuddin, 2015). Alexa (2015) juga menegaskan melalui data yang dirilis oleh lembaga riset Statista pada awal tahun 2015 Indonesia menduduki peringkat kelima didunia sebagai pengguna *instagram* terbesar didunia.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan oleh situs Taylor Nelson Sofres, penggunaan *instagram* di Indonesia didominasi oleh anak-anak muda yang secara aktif menggunakan *smartphone* serta memiliki kemampuan finansial yang baik dan memiliki latar belakang pendidikan lulusan universitas yang berusia antara 18-44 tahun sedangkan dari jenis kelaminnya, pengguna *instagram* di Indonesia didominasi oleh laki-laki dengan prosentase 63% sedangkan perempuan hanya 37%.

Selaras dengan hal tersebut, peneliti telah melakukan survei awal kepada 100 responden, dengan rentang usia 18-24 tahun pada tanggal 10 Mei sampai 15 Mei 2016 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, intensitas menggunakan jejaring sosial, tujuan mengakses jejaring sosial, hal apa saja yang diunggah atau diperbarui dalam jejaring sosial tersebut serta alasan mengunggah di jejaring sosial. Dari hasil survei mahasiswa yang berusia 18-24 tahun, 100% mengatakan bahwa memiliki akun jejaring sosial. Diketahui

bahwa sebesar 38% memiliki instagram, 32% memiliki facebook, 19% memiliki twitter, 11% memiliki path. Hal ini menunjukkan bahwa jejaring sosial yang dimiliki oleh individu yang berusia 18-24 tahun adalah instagram dibandingkan facebook, twitter, ataupun path.

Selanjutnya dari perolehan data mengenai intensitas penggunaan jejaring sosial, sebesar 31% menjawab selalu, sebesar 37% menjawab sering, sebesar 22% kadang-kadang, dan sebesar 10% menjawab jarang. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang berusia 18-24 tahun sering menggunakan jejaring sosial.

Setelah itu, dari hasil perolehan data mengenai hal apa saja yang diunggah atau diperbarui, sebesar 40% mengunggah foto dan video pribadi, sebesar 27% menjawab mengunggah foto pemandangan dan tempat-tempat menarik, sebesar 19% menjawab mengunggah foto dan video lucu (dagelan), sebesar 14% menjawab mengunggah foto jual beli fashion hijab. Hal ini menunjukkan bahwa yang paling sering dilakukan individu berusia 18-24 tahun saat menggunakan akun jejaring instagram adalah mengunggah foto dan video pribadi.

Kemudian, dari hasil perolehan data mengenai alasan mengakses jejaring sosial, diperoleh sebesar 30% menjawab sebagai hiburan dan sebagai album untuk menyimpan foto dan video, sebesar 26% menjawab untuk mencari informasi dan melihat aktivitas teman, sebesar 24% menjawab untuk berkomunikasi dan menyambung silaturahmi, sebesar 20% menjawab untuk mengikuti *tren* atau *up to date*. Dapat dilihat bahwa alasan yang mendasari individu 18-24 tahun mengakses jejaring sosial sebagai hiburan dan

menggunakannya sebagai album foto dan video.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, kecenderungan narsisme pada mahasiswa pengguna instagram menjadi salah satu masalah karena seringnya mereka berfoto dan *share* foto yang dilakukan pada saat perkuliahan berlangsung. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan E.Z bahwa dia sering mengakses jejaring sosial instagram pada saat perkuliahan, yang dilakukan adalah berfoto bersama teman sebangku dan langsung mengunggah di akun jejaring sosial instagram. Selain itu E.Z mengaku bahwa sering mengupdate segala aktifitas yang dilakukannya baik sendirian ataupun sedang berkumpul bersama teman-temannya. Sehingga ketika berkumpul E.Z lebih sering memperhatikan postingannya, seperti melihat jumlah “*Like*” dan “*Comment*”.

Perkembangan jejaring sosial tersebut memunculkan fenomena baru seperti *selfie*, juga kebiasaan memperbaharui gambar dalam aktivitas sehari-hari yang mengarah pada perilaku narsistik. Utomo (2013) menambahkan bahwa motif tertinggi dari pengguna jejaring sosial adalah *up to date* dimana hal tersebut bertujuan untuk menunjukkan eksistensinya. Wu (2014) menambahkan narsisme menjadi alasan dibalik pemilihan *profile picture*, individu yang narsis meningkatkan level *profil picture*nya lebih tinggi dengan memilih foto yang menarik dan yang mempresentasikan dirinya. Selanjutnya Ong (2011) menyatakan bahwa individu yang narsis meningkatkan *profile picture* dengan menampilkan secara fisik lebih menarik, lebih fashionable, lebih glamour, dan lebih cool. Hal tersebut bertujuan untuk

tampil menarik sebagai presentasi diri di Instagram.

Kecenderungan narsistik di jejaring sosial instagram pernah diteliti oleh Rahmanita (2012) menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki akun instagram mempunyai tingkat kecenderungan narsistik yang sedang. Hal tersebut mengindikasikan pengguna *instagram* cenderung memiliki sifat atau perilaku narsis terlihat dari jumlah pertemanannya, seringnya mengakses *instagram* untuk *share* foto dengan *caption* yang berisi cerita atau ungkapan perasaan, serta mengomentari foto pengguna lain untuk menunjukkan eksistensinya di *instagram*.

Berkaitan dengan fenomena tersebut ketika ditinjau dari DSM-V menunjukkan bahwa terdapat salah satu ciri narsistik yaitu merasa layak dan memiliki kebutuhan eksesif untuk dikagumi. Kecenderungan narsistik sendiri merupakan cinta diri dimana memperhatikan diri sendiri secara berlebihan, paham yang mengharapkan diri sendiri sangat superior dan amat penting, menganggap diri sendiri sebagai yang paling pandai, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus dan paling segalanya (Chaplin, 2009). Selain itu, Durand dan Barlow (2007) menyatakan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik memanfaatkan individu lain untuk kepentingan diri sendiri. Individu narsistik memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas, selalu asyik dan hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut kesenangan diri sendiri (Mehdizadeh, 2010).

Nevid (2009) menambahkan orang dengan gangguan kepribadian narsistik umumnya berharap orang lain melihat kualitas khusus mereka,

bahkan saat prestasi mereka biasa saja. Sedangkan, menurut Davidson (2012) orang-orang dengan gangguan kepribadian narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka, mereka terfokus dengan berbagai fantasi keberhasilan besar. Mereka sulit menerima kritik dari orang lain, ambisius, dan berusaha mencari ketenaran (Ardani, 2011).

Para pengguna internet, khususnya para remaja pada akhirnya hanya menggunakan internet untuk keperluan jejaring sosial sebagai wadah memperluas hubungan sosialnya dalam jarak dekat maupun jarak jauh (Maulana, 2013). Beberapa orang tercatat bahwa mereka sering menggunakan jejaring sosial untuk memperlihatkan versi ideal dari diri atau kehidupan mereka, cenderung lebih menekankan pada hal-hal yang positif dan meminimalisir yang negatif. Ini bukan hanya membuat mereka “menipu” orang lain, tetapi juga “menipu” diri mereka sendiri (Austin, 2013). Keinginan seseorang untuk menyalurkan aktivitas dan penampilan fisiknya melalui fotografi berhubungan dengan kecenderungan narsistik yang dimiliki oleh orang tersebut.

Terjadinya kecenderungan narsistik menurut Nemiah (2007) umumnya perasaan harga diri yang rendah dan depresi karena kegagalan yang mengakibatkan perasaan tidak berdaya dan menderita. Tiap-tiap individu memiliki tingkat harga diri yang bervariasi. Keinginan untuk 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 harga diri dan depresi.

Selaras dengan hasil penelitian Valkenburg (2006) bahwa pengguna jejaring sosial akan mempengaruhi harga diri remaja. Harga diri pengguna jejaring sosial akan lebih mudah terpengaruh apabila digunakan untuk berkomunikasi daripada hanya mencari informasi saja. Mehdizadeh (2010) menambahkan bahwa individu yang menghabiskan banyak waktu untuk online memiliki harga diri yang rendah dan mereka mencoba untuk meningkatkan interaksi sosial dengan pengguna lainnya untuk meningkatkan harga dirinya.

Fenomena yang terjadi akibat jejaring sosial instagram ini sangat menarik untuk diteliti. Baik pada perempuan maupun laki-laki, menggugah suatu foto secara aktif di jejaring sosial, khususnya instagram, sudah menjadi suatu gaya hidup dan seakanakan telah menjadi semacam norma baru serta begitu kental peranannya dalam dunia modern (Husnantiya, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah apakah ada Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Pengguna Instagram ditinjau dari Jenis Kelamin? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti tertarik mengadakan penelitian mengenai **“Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Pengguna Instagram ditinjau dari Jenis Kelamin”**

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram.
2. Perbedaan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram ditinjau dari Jenis Kelamin.
3. Tingkat harga diri pada pengguna instagram.
4. Tingkat kecenderungan narsistik pada pengguna instagram.
5. Sumbangan efektif harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram ditinjau dari jenis kelamin.

## **C. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan psikologi khususnya psikologi klinis dan psikologi sosial.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Institusi Pendidikan**

Diharapkan dapat dipergunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam melakukan penelitian lebih lanjut tentang harga diri dengan kecenderungan narsistik.



**b. Bagi Ilmuwan Psikologi**

Bagi ilmuwan khususnya bidang psikologi klinis dan psikologi sosial, hasil-hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran perilaku pengguna media sosial yang sedang berkembang di masyarakat dan informasi khususnya yang berkaitan antara hubungan harga diri dengan kecenderungan narsistik.