

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Mahasiswa merupakan generasi penerus bangsa yang mempunyai peran besar dalam tatanan sosial. Hal tersebut membuat mahasiswa disebut sebagai agen perubahan bangsa yang mampu membuat perubahan-perubahan positif untuk masyarakat. Peran tersebut tentunya menjadi tantangan bagi mahasiswa untuk terus menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, bahkan dituntut untuk melek terhadap kemajuan teknologi. Adanya teknologi berbasis *smartphone* yang menyediakan layanan internet di dalamnya yang memudahkan mahasiswa melakukan aktivitas setiap harinya seperti memperoleh informasi dan pengetahuan, menjalin komunikasi jarak jauh melalui *chatting*, *video call*, atau *e-mail* dimana pun, bahkan mencari hiburan disela-sela kegiatan dengan bermain *game online* yang dapat terhubung dengan orang lain tanpa dibatasi jumlah orang yang mengakses dan menggunakan *game online*. (Krisanto, 2012).

Internet memberikan banyak kesempatan mahasiswa untuk membentuk koneksi yang luas dengan menghadirkan media sosial di tengah-tengah masyarakat. Media sosial telah menjadi ruang publik baru bagi pengguna internet dengan menyediakan berbagai macam konten fungsional menarik yang mendukung aktivitas interaksi antar pengguna media sosial (Dewi & Ibrahim, 2019). Tak heran jika media sosial mampu berkembang sangat pesat sehingga dapat memunculkan berbagai macam

*platform*, salah satunya adalah instagram. Instagram adalah media sosial yang menampilkan berbagai macam fitur kepada penggunanya untuk mengunggah foto atau video yang disertai *caption* atau pesan di bawahnya (Hardika, Iga, & Sahat. 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digemari (Mahendra, 2017). Berdasarkan hasil survei NapoleonCat.com (Onggono dan Virilia, 2021), pengguna *instagram* di Indonesia pada bulan september 2021 berjumlah 88,6 juta orang dari 32,1% penduduk Indonesia. Mayoritas kelompok usia pengguna *instagram* terbesar digandrungi oleh kalangan anak muda yang berusia 18 sampai 24 tahun dengan jumlah pengguna sebesar 33,3 juta. Pada tahap perkembangan dan pendidikan untuk usia tersebut dapat dikategorikan usia remaja akhir yang tengah menempuh pendidikan di perguruan tinggi (mahasiswa). Mahasiswa identik menyukai hal-hal yang bersifat instan, praktis dan juga modern, hal ini ditunjukkan dengan berbagai fitur *instagram* yang menampilkan model interaksi sosial berupa visual yang akhirnya membuat banyak mahasiswa gemar menggunakannya (Rejeki, Euis, & Poppy, 2020).

Frison dan Eggemon (2017) menjelaskan bahwa Fitur dan tampilan yang dimiliki instagram menarik individu untuk karena aplikasi ini tidak hanya untuk membuat foto atau video, namun juga berfungsi menerima dukungan. Dukungan tersebut tertuju pada fitur “*like*” dan komentar positif yang diberikan oleh pengikut di media sosial *instagram*. Pada saat menggunakan *Instagram*, individu juga bisa memberikan reaksi serta

menerima respon dari pengguna lain terhadap foto atau video dibagikan melalui fitur *reaction* (Frison & Eggemon, 2017). Selain itu, fungsi *instagram* lain yang dapat dirasakan oleh individu terhadap *instagram* yaitu dapat menemukan berbagai informasi yang sedang menjadi bahan perbincangan. Hal tentunya membuat individu untuk selalu “*update*” dengan keadaan sekitar (Azizah & Baharuddin, 2021). Berdasarkan data *Royal Society For Public Health* (dalam Muqtafa, Yudiana, & Pebriani, 2022) menjelaskan bahwa *instagram* merupakan situs jejaring sosial yang memiliki dampak yang paling buruk pada kesehatan mental usia muda dibandingkan dengan situs media sosial lainnya karena *instagram* dapat mempengaruhi tingkat kecemasan dan ketidakpuasan tubuh, menimbulkan perasaan tidak mampu dan penurunan *well-being* serta dapat menimbulkan pengalaman negatif.

Media sosial digunakan sebagai pemenuh kebutuhan bagi mahasiswa dalam proses pendidikan, bukan hanya sebagai tempat komunikasi dan pertukaran informasi yang relevan dengan tugas-tugas akademik akan tetapi media sosial juga digunakan sebagai sarana hiburan (Ghifari, Mustika, Rosidah, & Kirana, 2017). Namun, penggunaan media sosial secara berlebih juga dapat mengakibatkan penurunan signifikansi pada fungsi individu sehari-hari serta terkait kesehatan mental (Younes, 2016). Individu yang selalu memikirkan media sosial cenderung untuk menggunakan dan mencurahkan terlalu banyak waktu juga tenaganya dalam mengakses media sosial, sehingga dapat mengganggu kegiatan sosial

lainnya seperti belajar, bekerja, hubungan interpersonal, serta kesehatan dan kesejahteraan psikologis. Selain itu, dampak negatif dari media sosial lainnya yaitu kecanduan, penipuan, pornografi, bahkan penculikan (Sabekti, Yusuf, & Pradanie. 2019).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Basri, Sunarko, Angga, & Suharsono (2023) pada mahasiswa Poltekkes Kemenkes Semarang terdapat 135 mahasiswa yang mengalami kecanduan media sosial tingkat tinggi, 35 mahasiswa dengan kecanduan media sosial tingkat sedang, dan sebanyak 15 mahasiswa mengalami kecanduan media sosial tingkat rendah. Dari hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial sebagai wadah untuk bertukar emosi dan sebagai tempat pelarian diri dari kehidupan nyata, selain itu juga adanya ketidakmampuan individu mengontrol diri dalam menggunakan media sosial menimbulkan berbagai permasalahan psikologis seperti kualitas tidur yang memburuk, depresi, kecemasan, dan kurangnya konsentrasi.

Andreassen & Pallesen (2014) menyatakan bahwa individu yang mengakses media sosial lebih dari tiga jam dalam sehari mengarah pada perilaku adiksi media sosial. Wulandari & Netrawati (2020) menjelaskan bahwa individu mengakses media sosial untuk berkomunikasi dengan bertukar pesan, hiburan, browsing informasi, sebagai tempat pelarian dari masalah dan lainnya, penggunaan inilah yang memungkinkan individu mengalami adiksi media sosial. Kuss dan Griffiths (2014) mengamati adanya dampak negatif dari adiksi media sosial, seperti individu cenderung

untuk menunda tugas atau pekerjaan (menjadi seorang prokrastinator), *distraction*, dan sulit untuk mengatur waktu.

Griffiths (2000) mendefinisikan kecanduan atau adiksi media sosial adalah suatu gangguan perilaku yang terjadi ketika seseorang kehilangan kendali atas dirinya sendiri saat menggunakan media sosial secara berlebih. Aspek-aspek Adiksi media sosial menurut Griffiths (2000) antara lain, (1) *Salience* adalah kondisi ketika pengguna menganggap bahwa mengakses media sosial adalah aktivitas yang sangat penting bagi kehidupannya, (2) *mood modification* adalah kondisi yang menunjukkan pengguna memanfaatkan media sosial sebagai bentuk koping mekanisme, (3) *Tolerance* adalah sikap toleransi pengguna media sosial terhadap banyaknya jumlah waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial favoritnya, (4) *withdrawal symptoms* yaitu kesulitan untuk mengontrol emosi ketika penggunaan media sosial dikurangi atau dihentikan, (5) *loss of control* adalah kondisi dimana pengguna media sosial tidak mampu mengendalikan perilakunya ketika menggunakan media sosial, (6) *conflict* adalah kondisi ketika munculnya permasalahan pengguna media sosial dengan lingkungan sekitarnya akibat terbanyak menghabiskan waktu mengakses media sosial, (7) *relapse* adalah kembalinya pola penggunaan media sosial berlebih setelah adanya kontrol.

Hasil penelitian Gunawan, Suci, Handoko, Andika, Jean, & Dimitri (2021) menunjukkan bahwa rentang usia yang sangat sering mengalami kecanduan media sosial yaitu pada kelompok usia 12 hingga 25 tahun.

Kecanduan media sosial yang telah terjadi pada pengguna media sosial di Indonesia sebesar 32% dari berbagai tingkat baik ringan, sedang, hingga berat (Gunawan, ddk. 2021).

Berdasarkan penjelasan teori dan hasil penelitian terdahulu tentang adiksi media sosial, peneliti melakukan survey pada tanggal 21-22 Mei 2022, dengan jumlah responden sebanyak 23 mahasiswa yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Semua responden memiliki akun media sosial *instagram*, 56,5% responden memiliki 1 akun *instagram*, 39,1% responden 2 atau 3 akun, dan 4,3% responden memiliki lebih dari 3 akun *instagram*. Dari hasil survey tersebut, terdapat 78,3% responden selalu kepikiran untuk membuka dan mengecek *instagram* ketika sedang beraktivitas, hal tersebut memenuhi aspek *salience*. Terdapat 91,3% responden selalu merasa senang atau bahagia ketika membuka *instagram* dan 60,8% responden selalu meluapkan emosi dan pikirannya di *instagram* ketika memiliki masalah, hal tersebut memenuhi aspek *mood modification*. Terdapat 82,6% responden menganggap merasa perlu mengakses *instagram* lebih lama setelah melakukan berbagai macam aktivitas, hal tersebut memenuhi aspek *tolerance*. Terdapat 34,7% responden merasa cemas ketika tidak dapat mengakses *instagram*, hal tersebut memenuhi aspek *withdrawal symptoms*. Terdapat 43,4% responden sering kewalahan mengatur waktu akibat terlalu lama bermain *instagram* dan 43,5% responden kesulitan menjauh dari aktivitas mengakses *instagram*, hal ini memenuhi aspek *lost of control*. Terdapat 43,5% responden mengalami kesulitan tidur akibat mengakses

*instagram* di malam hari dan 43,4% responden selalu mendapat omelan dari orang terdekat karena ketahuan terlalu lama mengakses *instagram*, hal tersebut memenuhi aspek *conflict*. Rata-rata jumlah waktu yang digunakan responden dalam mengakses *Instagram* perhari yaitu 1-3 jam (43,5% responden), 4-6 jam (47,8% responden), dan 7-9 jam (8,7% responden). Alasan responden memilih menggunakan *instagram* yaitu untuk hiburan, bertukar informasi, komunikasi, menambah teman, dan bisnis. Bahkan beberapa responden memilih menggunakan *instagram* karena *instagram* memiliki fitur-fitur yang menarik dibandingkan media sosial lainnya. Selain itu, *instagram* juga digunakan responden sebagai ajang untuk eksistensi diri.

Dari hasil survey dengan 23 responden di atas, penggunaan media sosial *instagram* pada mahasiswa merupakan rutinitas atau kegiatan yang selalu dilakukan. Hasil penelitian juga didukung oleh hasil penelitian dari Alhabash dan Ma (2017) yang menjelaskan bahwa media sosial Instagram telah menjadi media hiburan dengan daya tarik tersendiri yang dapat memudahkan penggunanya untuk mengekspresikan diri, interaksi sosial, kampanye diri, ajang pamer, bahkan bisa menciptakan rasa kenyamanan bagi penggunanya. Adanya perkembangan fitur media sosial *instagram* tersebut akhirnya dapat mengakibatkan kecanduan (adiksi). Hal ini disebabkan oleh keinginan para penggunannya untuk selalu berbagi foto maupun video secara terus menerus (Kircaburun & Griffiths. 2018). Hasil survey ini juga membuktikan adanya indikasi adiksi media sosial pada mahasiswa, dimana responden menunjukkan karakteristik-karakteristik

adiksi media sosial berdasarkan aspek adiksi media sosial yang telah dijelaskan sebelumnya. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat permasalahan awal mahasiswa yang mengarah pada adiksi media sosial.

Berdasarkan *literatur review*, faktor-faktor yang memengaruhi adiksi media sosial yaitu usia, jenis kelamin, kesepian, dan kepribadian (Sembiring, 2017; Gunawan, Suci, Handoko, Andik, Jean, & Dimitri. 2021; Andreassen, Griffiths, Gjertsen, Krossbakken, Kyam, & Pallesen. 2013; Yunfahnur, Dineva, & Martina. 2022; Krisnadi & Adhandayani. 2022; Jamaludin, Syarifah, & Karyadi. 2022; Susanto, Suryani, Astiarani, & Kurniawan. 2021; Ong, Ang, Ho, Lim, Goh, Lee, & Chua. 2021). Sedangkan menurut Yahya dan Rahim (2017) kecanduan media sosial dipengaruhi oleh tiga faktor. Pertama faktor psikologis, yaitu kecanduan media sosial muncul karena adanya masalah-masalah psikologis pada individu seperti kesepian, kurangnya motivasi, *self esteem* yang rendah, depresi, neurotisme, kepribadian ekstraversi, dan tingkat optimisme seseorang. Kedua faktor sosial, yaitu adiksi media sosial pada individu berkaitan erat dengan kualitas hubungan individu dengan orang-orang disekitarnya. Ketiga faktor penggunaan teknologi, yaitu penggunaan teknologi (perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial) menentukan sejauhmana mana individu mengalami adiksi media sosial yang dapat dilihat dari jumlah waktu yang dihabiskan, keinginan untuk terus online, keinginan untuk selalu memperoleh informasi, dan pemanfaatan sebagai kebutuhan hiburan. Berdasarkan faktor-faktor adiksi media sosial

yang dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik memilih faktor kepribadian yaitu kepribadian narsistik sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Mehdizadeh (2010) menyampaikan individu yang memiliki kepribadian narsistik cenderung lebih aktif mengakses media sosial guna menampilkan dirinya kepada banyak orang di media sosial agar disukai dan mendapatkan pujian.

Orang yang memiliki perilaku narsistik belum bisa dipastikan mengalami gangguan kepribadian narsistik tetapi adanya indikasi yang mengarah pada kecenderungan kepribadian narsistik. Menurut Kristanto (2012) kecenderungan kepribadian narsistik adalah tingkatan pengaguman atau kecintaan pada diri sendiri, apakah taraf tersebut masih dalam batas wajar atau sudah memasuki tingkat berbahaya bagi dirinya maupun orang lain (patologis) tetapi hanya terbatas pada dunia maya saja. Kristanto (2012) juga menjelaskan aspek kecenderungan kepribadian narsistik, yaitu (1) aspek terobsesi penampilan fisik, (2) aspek selalu ingin jadi pusat perhatian, (3) aspek senang difoto atau foto *selfie* pada setiap kesempatan, (4) aspek pandangan yang dibesar-besarkan mengenai pentingnya diri sendiri, (5) aspek terfokus pada keberhasilan, kecerdasan, dan kecantikan diri, (6) aspek kebutuhan ekstrim untuk dipuja, (7) aspek iri pada orang lain, (8) aspek memanfaatkan orang lain.

Hasil penelitian Dhanu (2016) menyimpulkan bahwa individu dengan adiksi media sosial mempunyai kecenderungan narsistik yang tinggi, sebaliknya individu dengan adiksi media sosial yang rendah mampu

mengendalikan perilaku narsisnya di media sosial. Hardika, dkk (2019) menjelaskan bahwa setiap individu yang mengakses media sosial lebih cenderung mempunyai keinginan untuk terus dipuji, dengan begitu akan membuat individu memiliki kecenderungan kepribadian narsistik. Berdasarkan penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kecenderungan kepribadian narsistik dapat dibentuk oleh adiksi media sosial dengan demikian mahasiswa yang memiliki kecenderungan kepribadian narsistik yang tinggi maka akan mudah mengalami adiksi media sosial. Namun sebaliknya apabila mahasiswa memiliki kecenderungan kepribadian narsistik yang rendah, maka perilaku mengakses media sosial akan rendah sehingga tidak akan mudah mengalami adiksi media sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk meneliti hubungan antara kecenderungan kepribadian narsistik dengan adiksi media sosial pada mahasiswa pengguna *instagram*. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah ada hubungan antara kecenderungan kepribadian narsistik dengan adiksi sosial media pada mahasiswa pengguna *instagram*?

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan adiksi sosial media pada mahasiswa pengguna *instagram* dengan kecenderungan kepribadian narsistik.

### **C. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang dan menambah ilmu di bidang psikologi terutama untuk psikologi klinis dan psikologi sosial. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat lebih memahami tentang kehidupan mahasiswa dan permasalahan mengenai adanya indikasi kepribadian narsistik dan adiksi sosial media pada mahasiswa pengguna *instagram*.

#### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kepribadian narsistik dan faktor penyebab kepribadian narsistik, agar dapat menambah pengetahuan bagi banyak orang, khususnya bagi mahasiswa. Selain itu, diharapkan juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penggunaan media sosial agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi penggunaannya.