

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh bagi kehidupan masyarakat Indonesia yang ditandai dengan kemudahan masyarakat dalam mengakses internet dan media sosial. Media sosial menjadi wilayah ruang publik baru bagi pengguna internet karena menyediakan berbagai konten fitur menarik dengan kapasitas besar untuk mendukung aktivitas interaksi antara pengguna media sosial (Ibrahim & Dewi, 2019).

Salah satu jenis media sosial adalah *Instagram*. *Instagram* dapat digunakan oleh berbagai kalangan usia, termasuk usia dewasa awal. Menurut Santrock (2007) usia dewasa awal, yaitu usia antara 20-40 tahun dan masuk dalam masa transisi secara fisik, intelektual, dan peran sosial. Media sosial *Instagram* menyediakan fitur menarik seperti edit foto, edit video secara *live* dan bisa langsung diunggah ke media sosial. Hal inilah yang menjadikan *Instagram* berbeda dengan media sosial lain dan banyak digemari pengguna dari berbagai kalangan usia (Ibrahim & Dewi, 2019).

Menurut Suhartanti (2016) aktivitas mengunggah foto (*selfi*) atau video menarik tentang diri sendiri di media sosial disertai dengan *caption* atau judul untuk memperkuat karakteristik foto yang diunggah merupakan salah satu upaya individu menumbuhkan eksistensi diri di media sosial dengan tujuan menarik perhatian sesama pengguna media sosial agar memberikan komentar positif atau

meninggalkan tanda “like” pada foto yang diunggah di *Instagram* (Ibrahim & Dewi, 2019).

Media sosial *Instagram* telah menjadi mini album bagi penggunanya untuk mengunggah foto dan video, namun tanpa disadari perilaku pengguna *Instagram* mulai berubah dari yang biasa tidak suka berdandan mulai berdandan dan mengunjungi tempat atau lokasi yang lagi *hits* atau sering muncul di *wallInstagram* dengan tujuan mengabadikan diri melalui foto dan video untuk dibagikan ke media sosial *Instagram* (Ibrahim & Dewi, 2019). Hal tersebut termasuk kecenderungan kepribadian narsistik seperti perilaku mengunggah foto dan video secara *intens* ke media sosial dengan tujuan menarik perhatian orang lain untuk memberikan komentar atau tanda “like”(Cecelia, 2016).

Menurut *American Psychiatric Association* dalam DSM V (2013) gangguan kepribadian narsistik diartikan sebagai pola kepribadian yang menetap ditandai adanya fantasi atau perilaku berlebihan terhadap kesuksesan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, dan cinta ideal, kebutuhan besar untuk dikagumi orang lain serta kurangnya kemampuan berempati. Ciri gangguan kepribadian narsistik menurut *The Diagnostic Statistical and Manual Mental Disorder* (DSM V) dari *American Psychiatric Association* (2013), dimulai pada masa remaja, dewasa awal, hingga masa dewasa dan tampak dalam berbagai konteks, seperti yang ditunjukkan dalam beberapa ciri, yaitu a) merasa diri paling hebat, b) merasa iri atau merasa orang lain iri kepadanya, c) fantasi kesuksesan dan kepintaran, d) sangat ingin dikagumi, e) kurang empati, f) merasa layak diistimewakan, g)

angkuh dan sensitif terhadap kritik, h) kepercayaan diri semu, i) yakin dirinya khusus, unik dan dapat dimengerti oleh orang tertentu.

Pentingnya meneliti dan memahami kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada diri individu karena narsistik menggambarkan keterikatan pribadi individu yang berfokus pada rasa bangga terhadap diri sendiri, mencerminkan pandangan diri positif namun tidak realistis (Buffardi dan Campbell, 2010). Kecenderungan narsistik dapat dilihat sebagai usaha individu untuk mengatur dan mempertahankan tingkat harga diri yang realistis (Vazire dan Funder, 2006). Kecenderungan gangguan kepribadian narsistik individu yang ditampilkan di media sosial dengan cara mengunggah foto atau video diri sendiri disertai status atau keterangan menarik untuk mendapatkan perhatian orang lain dengan intensitas yang sering dapat dianggap sebagai salah satu ciri kepribadian yang berhubungan dengan narsistik (Sobur, 2011). Hasil penelitian Cecelia (2016) menyimpulkan individu dengan kepribadian narsistik cenderung tidak disukai oleh orang lain yang mengenalnya.

Perusahaan *Instagram* mengungkapkan fakta aktivitas pengguna *Instagram* di Indonesia ditinjau dari usia sebanyak 59% pengguna berusia 18-24 tahun, 30% berusia 25-34 tahun, dan 11% berusia 34-55 tahun (APJII, 2016). Hasil survey tersebut menunjukkan usia dewasa awal merupakan kontributor terbanyak sebagai pengguna *Instagram*. Menurut Alyusi(2016) ada empat hal pokok yang mungkin dialami individu ketika berinteraksi di media sosial sehingga merasa lebih nyaman dan bebas mengungkapkan dirinya, yaitu adanya anonimitas, keterbebasan dari

identitas tubuh (*disembodied*), keterbebasan dari ruang fisik dan waktu (*dislocated*), dan peluang mempresentasikan identitas yang berbeda.

Berdasarkan penjelasan teori dan hasil penelitian terdahulu tentang kecenderungan kepribadian narsistik individu di jejaring media sosial, selanjutnya penulis melakukan studi pendahuluan pada tanggal 4-6 November 2020 melalui wawancara dengan 20 responden yang berusia antara 20-40 tahun. Dari hasil wawancara ditemukan fakta bahwa 20 responden memiliki akun *Instagram*, sering memposting foto atau unggah video di *Instagram stories*. Rata-rata keterangan responden cenderung memilih menggunakan media sosial *Instagram* karena *Instagram* menyediakan fitur menarik yang dapat menunjang isi konten menjadi lebih menarik untuk di unggah dibandingkan jejaring media sosial lain, rata-rata responden juga mengakui sering melakukan *live streaming* video kegiatan di *Instagramsrories* hanya untuk menarik perhatian sesama pengguna *Instagram* untuk memberikan komentar positif atau memberikan tanda *like*.

Hasil wawancara penulis dengan 20 responden di atas jelas mengindikasikan adanya ciri kecenderungan kepribadian narsistik pada diri individu karena merasa yakin dirinya unik, ingin dikagumi, dan merasa layak diistimewakan orang lain. Hasil wawancara ini juga menunjukkan adanya kecenderungan kepribadian narsistik dari 20 responden karena dipengaruhi oleh faktor harga diri dengan indikasi individu merasa dirinya berharga dan gemar memamerkan keunikan diri sendiri di media sosial *Instagram*. Hasil penelitian Nevid (2009) menyimpulkan bahwa individu dengan kepribadian narsistik cenderung gemar memamerkan komentar positif orang lain yang mengakui

keunikan dirinya, keberhasilannya ataupun sifat idealisnya yang dijunjung tinggi oleh dirinya sendiri dan orang lain. Hal ini diperkuat hasil penelitian Mehdizadeh (2010) bahwa tingkat harga diri yang rendah dapat mempengaruhi kecenderungan kepribadian narsistik individu di jejarin media sosial online.

Menurut Sedikides dkk (2004) faktor yang mempengaruhi kecenderungan kepribadian narsistik, yaitu faktor harga diri, faktor depresi, faktor kesepian, dan faktor perasaan subjektif. Dari faktor-faktor tersebut penulis memilih menggunakan faktor harga diri (*self-esteem*) sebagai variabel prediktor untuk diujikan dengan variabel kriterium kecenderungan narsistik pada dewasa awal. Alasan penulis memilih faktor harga diri didasarkan pada hasil wawancara penulis dengan 20 responden bahwa kecenderungan kepribadian narsistik diindikasikan adanya ciri kepribadian narsistik pada individu yang merasa yakin dirinya unik, merasa dirinya hebat, sangat ingin dikagumi, dan merasa layak untuk diistimewakan orang lain. Clarke (2015) mengemukakan faktor yang mempengaruhi kepribadian narsistik, yaitu harga diri karena dianggap sebagai hasil evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan memandang diri sendiri. Hasil penelitian Maulina (2017) menyimpulkan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah cenderung menampilkan kepribadian narsistik karena sering menghindari hubungan sosial dan diliputi perasaan rendah diri, sebaliknya individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung mampu membangun hubungan sosial dan menghindari perilaku narsistik

Menurut Baron (2005) memiliki teman adalah hal yang positif sebab teman dapat mendorong harga diri (*self-esteem*). Namun saat individu tidak memiliki

teman, maka media sosial kerap digunakan sebagai pengungkapan diri untuk memenuhi kebutuhan psikososialnya, individu yang cenderung digerakan motif kompensasi sosial yang mempunyai harga diri negatif kerap mengalami kecemasan sosial dan mengalami masalah dengan hubungan tatap muka.

Menurut Branden (2001) harga diri merupakan bentuk evaluasi yang dibuat individu dan biasanya berhubungan dengan penghargaan terhadap diri sendiri sebagai sikap setuju atau tidak setuju dan menunjukkan tingkat di mana individu menyakini dirinya mampu berhasil dan berharga. Branden juga menjelaskan aspek harga diri, yaitu a) kekuatan, keberanian, kebijakan, d) kemampuan.

Menurut Mehdizadeh (2010) individu dengan kecenderungan kepribadian narsistik merasa harga dirinya mulai terancam saat menerima kritik yang mengoreksi pola pikirannya serta adanya tuntutan diri sendiri untuk mendapatkan perhatian secara terus menerus menandakan rendahnya harga diri. Buffardi dan Campbell (2010) menyimpulkan bahwa individu dengan harga diri tinggi memiliki perbedaan kecenderungan kepribadian narsistik tentang pandangan pribadi dan menganggap dirinya memiliki hubungan sosial yang baik.

Hasil penelitian Adi dan Yudiati (2009) menyimpulkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik mempunyai harga diri yang rendah dan cenderung narsis, sebaliknya individu dengan harga diri tinggi cenderung mampu mengontrol perilaku narsis. Hasil penelitian Gonzales dan Hancock (2011) menyimpulkan bahwa situs jejaring media sosial dirancang untuk berbagi informasi tentang diri sendiri dengan orang lain termasuk tanda *like*, komentar, *update* status hingga membuat orang sadar akan keterbatasan dirinya sendiri yang

dapat menurunkan harga diri atau menjadi bias positif tentang diri sendiri yang mungkin dapat meningkatkan harga diri. Hasil penelitian Mehdizadeh (2010) menyimpulkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik tinggi dan didukung harga diri rendah cenderung melakukan aktivitas online lebih intens karena terdapat konten mempromosikan diri sendiri.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada dewasa awal pengguna *Instagram*. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada dewasa awal pengguna *Instagram*?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada dewasa awal pengguna *Instagram*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk menambah khasanah Ilmu Pengetahuan, khususnya Psikologi Kepribadian yang berhubungan dengan harga diri dan kecenderungan narsistik.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengguna media sosial, khususnya kalangan dewasa awal usia antara 20-40 tahun untuk

menyikapi pentingnya pengetahuan tentang harga diri dan menghindari kecenderungan narsistik penggunaan jejaring media sosial *Instagram*.