

KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISTIK DENGAN INTENSITAS PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Shania Liang
shanieliang06@gmail.com

Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Abstrak

Media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang digunakan untuk berbagai tujuan seperti berkomunikasi dan berbagi informasi. Individu memiliki kebebasan dalam menggunakan media sosial sehingga menyebabkan pengguna tidak mengungkapkan diri sepenuhnya karena individu dapat membangun *image* yang diinginkan. Berdasarkan kebebasan penggunaan tersebut, media sosial dianggap dapat digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan perilaku narsistik. Kecenderungan perilaku narsistik merupakan rasa cinta yang berlebih terhadap dirinya sendiri sehingga ingin dipuja, memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan tidak memiliki empati terhadap orang di sekitarnya. Individu dengan kecenderungan perilaku narsistik seringkali menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mencari pengakuan terhadap dirinya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perguruan Tinggi di Surabaya yang menggunakan media sosial *instagram*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 130 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah NPI-16 untuk mengukur kecenderungan perilaku narsistik dan *unstructured questionnaire* (pertanyaan lama waktu) untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik pada mahasiswa di Perguruan Tinggi di Surabaya.

Kata Kunci: Narsistik, Narsisme, Media Sosial

Abstract

Social media is a group of internet-based applications that are used for various purposes such as communicating and sharing information. In the use of social media, people have a freedom for not fully expressing themselves because they want to build a desired image. Based on the freedom of use, social media can be used to identify narcissistic behavior tendencies which is defined as an excessive feelings of love for themselves in the form of to be adored, have high levels of self-confidence and lack of empathy to others. People with this tendencies often use social media as a place to seek recognition for themselves. This study aimed to determine the relationship between the intensity of the use of instagram and a tendency to narcissistic behavior. The sample in this study were enrolled students at higher educational institutions in Surabaya who used social media instagram. The number of samples in this study were 130 respondents. The sample was taken using purposive sampling technique. The measures used in this study were the NPI-16 to measure narcissistic behavior and an unstructured questionnaire (a question about a duration of using social media) to measure the intensity of using social media. The result can be concluded that there is positive relationship between the intensity of using social media and the narcissistic behavior tendency.

Keyword: *Narcissistic, Narcissism, Social Media*

Pendahuluan

Internet merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit (KBBI, 2011). Internet juga merupakan kerangka kerja konseptual yang menyediakan basis informasi bersama pada skala global untuk mendukung desain aplikasi yang melibatkan tingkat virtual (Atzori, Morabito & Iera, 2016). Atzori, Morabito dan Iera (2016) menjelaskan bahwa internet merupakan *platform/tempat/media* yang dapat digunakan untuk berbagai macam layanan. Jenis-jenis layanan internet meliputi *email, chatting, website, social networking* dan media sosial.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2018) melakukan survey terhadap penggunaan internet pada tahun 2018. Hasil survey menyatakan bahwa 2 alasan utama penggunaan internet adalah untuk komunikasi dan media sosial. Penggunaan media sosial pada tahun 2017 terdapat 262 juta jiwa (54,68% dari 143,26 juta jiwa) dan kemudian mengalami peningkatan sebesar 10,12% menjadi 264,16 juta jiwa (64,8% dari 171,17 juta jiwa). Hasil survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2018 juga menyatakan bahwa media sosial yang paling sering digunakan adalah *facebook* dengan persentase 50,7%, *instagram* dengan persentase 17,8% dan *youtube* dengan persentase 15,1% (APJII, 2018).

Media sosial merupakan salah satu istilah yang sering digunakan sebagai bentuk media baru yang melibatkan partisipasi secara interaktif (Manning, 2014). Perkembangan media dibagi menjadi dua zaman yaitu *broadcast age* dan *interactive age*. Pada *broadcast age*, media terpusat pada satu entitas seperti stasiun televisi atau radio, media cetak atau produksi film yang berfungsi untuk mendistribusikan pesan ke banyak orang

dan umpan balik dilakukan secara tidak langsung, tertunda, impersonal. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi digital dan seluler juga mengalami perkembangan sehingga media tidak hanya terpusat pada satu entitas melainkan menjadi lebih luas dengan fungsi yang sama (Manning, 2014). Teknologi digital dan seluler berkembang menjadi sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas konsep dasar teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (konten pengguna media sosial) seperti foto, video, teks atau audio (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial juga mendukung komunitas untuk membangun kerja kolaboratif seperti *wikipedia* dan *facebook* sehingga media sosial menjadi suatu istilah kompleks dan ada jenis yang berbeda seperti *facebook* dan *microblog* seperti *twitter* dan *weibo* (Trottier, 2014).

Melalui penggunaan media sosial, individu dapat saling berhubungan (*social networking*), mengirim pesan, *share* foto dan video, *podcasts, streaming, wiki, blog* dan diskusi kelompok (Williams et al, 2012). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Caers et al (2013) yang berjudul "*Facebook: A Literature Review*" menyatakan bahwa terdapat 1 miliar orang yang menggunakan media sosial setiap hari dengan aktivitas yang dilakukan adalah *mem-posting* foto termasuk *selfie*. Melalui survey yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) Kampus Pakuwon City menyatakan 98% dari 50 responden menggunakan media sosial dan media sosial yang paling sering digunakan adalah *instagram* dengan persentase sebesar 76%. Beberapa responden menyebutkan bahwa tujuan dari penggunaan media sosial tersebut adalah untuk berinteraksi dan melihat konten kreatif atau mencari ide. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Manning (2014)

mengenai tujuan penggunaan media sosial yang berbeda-beda.

Penggunaan media sosial tersebut memiliki dampak bagi individu. Putri, Nurwati dan Santoso (2016) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja, menjelaskan bahwa terdapat 2 dampak penggunaan media sosial yaitu dampak positif dan dampak negatif. Memperluas jaringan pertemanan, media komunikasi yang mudah, tempat promosi yang murah, tempat berbagi informasi dan tempat untuk mencari informasi merupakan dampak positif dari penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial secara tepat tentu memberikan dampak yang positif, namun penggunaan media sosial secara berlebihan atau tidak terkontrol dapat mengganggu kehidupan dan komunikasi keluarga, penipuan, kejahatan, dan mengganggu kegiatan belajar (Putri, Nurwati & Santoso, 2016).

Dampak penggunaan media sosial dapat menjadi positif atau negatif tergantung pada intensitas penggunaannya. Intensitas penggunaan media sosial dikategorikan ke dalam 3 kategori antara lain *light users* (≤ 3 jam per hari), *medium users* (3 – 6 jam per hari) dan *heavy users* (≥ 6 jam per hari) (Georgia Institute of Technology, 2008). Intensitas penggunaan media sosial yang terlalu tinggi dapat menyebabkan menurunnya produktivitas individu (Muklason Aljawi, 2019) dan mempengaruhi kesehatan mental seperti merasa kesepian (Canady, 2019) serta berkaitan dengan perilaku narsistik (Gnambs & Appel, 2017). Keterkaitan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial juga dilihat melalui motif identitas pribadi pengguna untuk menambah keyakinan diri (McQuail, 2010) seperti lebih sering mengubah foto profil, lebih sering melakukan *update* status dan memamerkan dirinya sendiri (Carpenter, 2012).

Motif yang disebutkan oleh McQuail (2010) berkaitan dengan ciri-ciri perilaku narsistik yang dituliskan dalam DSM-5.

Perilaku narsistik merupakan suatu fase normal yang berada dalam tahap perkembangan karena individu memiliki *self-love* atau cinta terhadap dirinya sendiri (Freud dalam Millon, 2011). Dalam tahap perkembangan tersebut, *self-love* akan mengalami perkembangan dan akan berubah menjadi *object-love*. *Object-love* yang dimaksud oleh Freud adalah ketika alat reproduksi seseorang telah matang dan ingin membangun hubungan yang lebih intim dengan orang lain sehingga *self-love* dikatakan sebagai gangguan perilaku ketika berlebih dan menjadi tidak wajar (Freud dalam Millon, 2011). Freud (dalam Millon, 2011) menjelaskan bahwa seseorang yang mengalami gangguan dalam tahap perkembangan dan menjadikan dirinya sendiri, bukan ibu, sebagai *role model* dapat dikatakan sebagai gangguan perilaku narsistik. Kecenderungan perilaku narsistik memiliki 7 aspek yaitu *aauthority*, *exhibitionism*, *exploitativeness*, *entitlement*, dan *self-sufficiency* (Terry & Raskin, 1988). Ciri-ciri individu yang memiliki kecenderungan perilaku narsistik akan memiliki harga diri yang tinggi (membesarkan prestasi, bakat, menampilkan keyakinan diri yang sombong), menggunakan orang lain untuk menuruti keinginan, mengharapkan bantuan tanpa memikul tanggung jawab, tidak dapat ditindas dan melakukan pengabaian terhadap hak-hak orang lain (Millon, 2011).

Kecenderungan perilaku narsistik merupakan suatu bentuk *self-love* yang berlebih dan dapat diidentifikasi melalui penggunaan media sosial karena adanya kebebasan dalam penggunaannya (Paramboukis, 2016). Paramboukis (2016) menjelaskan bahwa kecenderungan perilaku narsistik dapat dilihat melalui jumlah *posting* foto *selfie* dengan jumlah sekitar 4 atau 5 foto dalam 1 bulan. Tidak hanya melalui jumlah *posting* foto *selfie*, kecenderungan perilaku narsistik juga dapat dilihat melalui konten-konten lainnya dan tujuannya (Paramboukis, 2016). La Barbera et al. (2009) melakukan penelitian mengenai *individual differences* dalam hal

narsistik dan menemukan bahwa hal tersebut berkaitan dengan penggunaan berbagai macam *social networking* atau berbagai macam media berbasis internet.

Melihat hal tersebut, peneliti ingin melihat apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik. Ketertarikan peneliti didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Taylor (2020) yang berjudul *Putting The Self in Selfies : How Narcissism, Envy and Self-Promotion Motivate Sharing of Travel Photos Through Social Media* dan Hussain (2017) yang berjudul *An Explanatory Study of Facebook Intensity and Its Links to Narcissism, Stress and Self Esteem* menyatakan bahwa individu dengan kecenderungan perilaku narsistik akan menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mencari pengakuan terhadap dirinya sendiri.

Metode Penelitian

Tipe penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif non-eksperimen karena tujuan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antar kedua variabel (Brink, 2009). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kecenderungan perilaku narsistik dengan variabel tergantung intensitas penggunaan media sosial *instagram*.

Karakteristik informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perguruan Tinggi di Surabaya dengan kriteria berusia 18 – 30 tahun, terdaftar secara resmi, mahasiswa aktif dan menggunakan media sosial *instagram*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Teknik *purposive sampling* digunakan karena sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini memiliki kriteria atau pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Skala NPI-16 milik Ames, Rose dan Anderson (2006) untuk mengukur kecenderungan perilaku

narsistik dan *unstructured questionnaire* untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial *instagram*. *Unstructured questionnaire* yang digunakan akan berisikan pertanyaan terkait media sosial yang paling sering digunakan dan lama waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial tersebut. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas tampak yang merupakan bukti validitas yang memiliki signifikansi paling rendah karena penilaian yang di dasarkan pada format penampilan tes dan kesesuaian konteks dengan tujuan pengukuran alat tes (Azwar, 2012). Untuk pendekatan reliabilitas yang digunakan adalah pendekatan konsistensi reliabilitas (*Alpha Cronbach*) yang digunakan dalam penelitian ini ialah konsistensi internal, yaitu sekali pengenaan satu bentuk alat ukur pada sekelompok subjek (*single trial administration*) dan dapat digunakan dalam satu kali penyajian.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik sehingga data akan diolah dengan menggunakan statistika non parametrik korelasi *Kendall's Tau b*. Alasan lain digunakannya statistika non parametrik korelasi *Kendall's Tau b* dikarenakan uji asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa di Perguruan Tinggi di Surabaya yang menggunakan media sosial *instagram*. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 26 Agustus – 30 September 2020 melalui media sosial *line* dan *instagram*. Persebaran dilakukan dengan menghubungi teman atau kenalan yang menempuh pendidikan dari berbagai macam perguruan tinggi dan meminta bantuan untuk meneruskan. Hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan peneliti untuk mengambil data yang disebabkan oleh pandemi Covid-19.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 103 orang dengan mayoritas

subjek penelitian adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 73 mahasiswa (71%). Subjek dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 30 mahasiswa (29%). Untuk data intensitas penggunaan media sosial, diketahui bahwa mayoritas pengguna media

sosial *instagram* terletak pada *medium users* dengan jumlah 51 mahasiswa (49%).

Setelah memperoleh data tersebut, peneliti melakukan kategorisasi dan tabulasi silang sehingga diperoleh hasil

Tabel 1. Tabel Tabulasi Silang Kecenderungan Perilaku Narsistik*Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas Penggunaan Media Sosial	Kecenderungan Perilaku Narsistik					Total
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
	N %	N %	N %	N %	N %	
Kurang dari 3 jam	7 6,8%	3 2,9%	0 0%	0 0%	0 0%	10 9,7%
3 sampai 6 jam	37 35,9%	11 10,7%	1 1,0%	2 1,9%	0 0%	51 49,5%
Lebih dari 6 jam	20 19,4%	8 7,8%	6 5,8%	8 7,8%	0 0%	42 40,8%
Total	64 62,1%	22 21,4%	7 6,8%	10 9,7%	0 0%	103 100%

Berdasarkan hasil tabulasi silang yang telah dibuat, dapat dilihat bahwa mayoritas subjek memiliki kategori kecenderungan perilaku narsistik yang sangat rendah dengan kategori intensitas penggunaan media sosial 3 sampai 6 jam dengan jumlah 37 subjek (35,9%). Terdapat 20 subjek (19,4%) dengan kategori kecenderungan perilaku narsistik yang sangat rendah dengan kategori intensitas penggunaan media sosial lebih dari 6 jam. Mayoritas subjek lainnya adalah 11 subjek (10,7%) dengan kategori kecenderungan perilaku narsistik rendah dengan kategori intensitas penggunaan media sosial 3 sampai 6 jam.

Peneliti juga melihat keterkaitannya dengan jenis kelamin, berikut ini adalah tabel tabulasi silang berdasarkan jenis kelaminnya.

Tabel 2. Tabel Tabulasi Silang Kecenderungan Perilaku Narsistik*Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Jenis Kelamin

		Kecenderungan Perilaku Narsistik										Total
		Sangat Rendah		Rendah		Sedang		Tinggi		Sangat Tinggi		
Intensitas Penggunaan Media Sosial		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	
		< 3 jam		4	3	1	2	0	0	0	0	0
3 – 6 jam		8	29	3	8	0	1	2	0	0	0	51
> 6 jam		6	14	4	4	0	6	2	6	0	0	42
Total		18	46	8	14	0	7	4	6	0	0	103

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas subjek dalam penelitian yang memiliki kecenderungan perilaku narsistik yang sangat rendah dengan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kategori *medium users* (3 sampai 6 jam) adalah responden dengan jenis kelamin perempuan. Pada kategori *heavy users* (lebih dari 6 jam) dengan kecenderungan perilaku narsistik yang sangat rendah terdapat 20 responden dengan mayoritas jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 14 responden. Pada kategori *heavy users* (lebih dari 6 jam) dengan kecenderungan perilaku narsistik yang juga tinggi terdapat 8 responden dengan mayoritas jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 6 responden.

Pada data diatas peneliti juga menemukan perbedaan data terhadap jenis kelamin. Pada jenis kelamin perempuan diperoleh data kecenderungan perilaku

narsistik yang sedang dan tinggi berada dalam kategori intensitas penggunaan media sosial *instagram heavy users* (lebih dari 6 jam) dengan jumlah 6 responden. Pada jenis kelamin laki-laki diperoleh data kecenderungan perilaku narsistik yang tinggi berada dalam kategori intensitas penggunaan media sosial *instagram medium users* (3-6 jam) dan *heavy users* (lebih dari 6 jam) dengan jumlah 2 responden.

Setelah diperoleh data tersebut, dilakukan analisa data menggunakan uji asumsi normalitas dan uji asumsi linieritas. Pada uji asumsi normalitas variabel kecenderungan perilaku narsistik dan variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* diperoleh nilai sig. 0,000 ($p < 0,05$) yang artinya uji asumsi normalitas tidak terpenuhi. Pada uji asumsi linieritas diperoleh koefisien signifikansi pada 0,002 ($p < 0,05$) yang artinya uji asumsi linieritas

terpenuhi. Setelah dilakukan uji asumsi, peneliti melakukan uji hipotesa untuk melihat apakah hipotesa diterima atau tidak. Dari hasil uji asumsi, menunjukkan bahwa kedua variabel tidak memenuhi uji normalitas namun memenuhi uji linieritas. Melalui hasil tersebut, peneliti akan menggunakan Uji Hipotesa Non Parametrik *Kendall's Tau-b*. Pada hasil uji hipotesa, didapatkan nilai sig. 0,010 ($p < 0,05$) sehingga hipotesa penelitian diterima. Maka dinyatakan bahwa ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik. Kekuatan hubungan dua variabel adalah sebesar 0,215 dengan kategori kecil dan arah hubungan positif yang artinya semakin tinggi nilai kecenderungan perilaku narsistik maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial *instagram*.

Pembahasan

Pada hasil deskriptif variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* yang ditemukan oleh peneliti, diketahui bahwa mahasiswa aktif di Perguruan Tinggi di Surabaya mayoritas menggunakan media sosial dengan kategori 3 – 6 jam dan lebih dari 6 jam. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial mahasiswa aktif di Perguruan Tinggi di Surabaya tergolong tinggi atau sebagai *medium users* yaitu 10-40 jam kerja per bulan atau sekitar 3-6 jam per hari (*The Graphic, Visualization, & Usability Center, The Gegorgia Institute of Technology, 2008*) dengan mayoritas jenis kelamin perempuan. Berkaitan dengan jenis kelamin, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Fitri dan Chairuel (2019) tentang *Penggunaan Media Sosial Berdasarkan gender terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa* yang menyatakan bahwa mayoritas pengguna media sosial adalah individu dengan jenis kelamin perempuan. Pengguna media sosial lebih banyak pada individu dengan jenis kelamin perempuan dikarenakan perempuan lebih membutuhkan kontak dengan *peer group*

jika dibandingkan dengan laki-laki (Barker, 2009). Ketika berada di dalam *peer group*, perempuan cenderung berbagi mengenai perasaan mereka dan hal tersebut juga dapat dicapai dengan menggunakan media sosial. Individu dengan jenis kelamin perempuan juga lebih suka mempresentasikan diri serta memperhatikan tanggapan orang lain terhadap dirinya (Haferkamp, Eimler, Papadakis & Kruck, 2012). Individu dapat mempresentasikan diri melalui media sosial karena ada kebebasan penggunaan dan di dalam media sosial juga terdapat fitur umpan balik (komentar). Fitur umpan balik (komentar) menjadi salah satu cara untuk melihat tanggapan orang lain terkait diri sendiri.

Hasil deskriptif variabel kecenderungan perilaku narsistik juga diketahui bahwa mahasiswa aktif di Perguruan Tinggi di Surabaya memiliki mayoritas kecenderungan perilaku narsistik sangat rendah dengan jumlah 64 (62,1%) dan berjenis kelamin perempuan. Kecenderungan perilaku narsistik yang sangat rendah mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa di Perguruan Tinggi di Surabaya masih memiliki rasa *self love* yang dikatakan normal atau wajar (Freud dalam Millon, 2011). Hanya dengan menganggap diri sendiri spesial dan ingin diperhatikan, bukan berarti dirinya memiliki kecenderungan perilaku narsistik namun ciri tersebut harus berada dalam kategori yang tinggi atau berlebih. Demikian adanya karena bentuk cinta terhadap diri sendiri dan menganggap bahwa dirinya mampu juga termasuk dalam tahap perkembangan dan hal tersebut masih normal (Freud dalam Millon, 2011). Rasa *self-love* dapat dikategorikan ke dalam perilaku narsistik apabila individu memenuhi minimal 5 ciri-ciri kecenderungan perilaku narsistik DSM-5. Berkaitan dengan jenis kelamin, hasil penelitian menyatakan bahwa mayoritas mahasiswa berjenis kelamin perempuan memiliki tingkat kecenderungan narsistik yang sangat rendah. Hal ini tidak sejalan dengan pendapat Goodman dan Leff (2012)

dimana seharusnya perempuan memiliki tingkat kecenderungan perilaku narsistik yang lebih tinggi karena perempuan seringkali memperlakukan *body image*. Perbedaan hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti dengan pendapat Goodman dan Leff didukung oleh hasil penelitian Najib dan Erawati (2018) yang juga menyatakan bahwa mayoritas remaja berjenis kelamin perempuan memiliki tingkat narsistik yang rendah dikarenakan kecenderungan perilaku narsistik juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga diri dan kesepian, *subjective well being* (Sembiring, 2017) dan faktor lainnya seperti faktor psikologis, faktor biologis serta faktor sosiologis (Nasir & Muhith, 2011).

Dalam penelitian ini diperoleh hasil uji hipotesa yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial *instagram* dan kecenderungan perilaku narsistik namun dengan kekuatan hubungan yang kecil. Kekuatan hubungan yang kecil diperoleh karena peneliti hanya meneliti salah satu faktor yaitu intensitas penggunaan media sosial *instagram*. Dapat dilihat juga melalui hasil tabulasi silang yang diperoleh peneliti dimana terdapat 19,4% atau sebanyak 20 subjek yang berada di dalam kategori intensitas penggunaan media sosial lebih dari 6 jam (*heavy users*) namun dengan kategori kecenderungan perilaku narsistik yang sangat rendah. Paramboukis (2006) dalam penelitiannya yang berjudul *An Explanatory Study of The Relationships between Narcissism, Self-Esteem and Instagram Use*, menyatakan bahwa kecenderungan perilaku narsistik dapat diidentifikasi melalui penggunaan media sosial *instagram*. Pengidentifikasian tersebut juga harus dilihat melalui konten media sosial *instagram* seperti jumlah foto yang di *posting* sebanyak 4-5 foto dalam waktu 1 bulan, motif dan konten lainnya (Paramboukis, 2006). Intensitas penggunaan media sosial juga dapat berhubungan dengan kecanduan penggunaan media sosial (La Barbera et al, 2009). Melalui hal tersebut dapat diketahui

bahwa intensitas penggunaan media sosial *instagram* merupakan salah satu faktor dan berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsistik namun harus didukung oleh faktor-faktor lain seperti konten dan motif penggunaan media sosial *instagram*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kecenderungan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan nilai signifikansi 0.010 ($p < 0.05$). Arah hubungan yang positif antar kedua variabel menyatakan jika semakin tinggi nilai kecenderungan perilaku narsistik maka semakin tinggi pula nilai intensitas penggunaan media sosial *instagram*.

Kekuatan hubungan yang kecil dalam penelitian ini juga dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor. Peneliti mengharapkan bila melakukan penelitian serupa, peneliti selanjutnya dapat lebih memperhatikan faktor jenis kelamin terkait dengan kecenderungan perilaku narsistik karena mungkin berpengaruh terhadap tingkat kecenderungan perilaku narsistik. Hal tersebut dapat ditambahkan karena mungkin berpengaruh terhadap tingkat kecenderungan perilaku narsistik. Faktor lain seperti motif penggunaan media sosial, jenis media sosial dan konten media sosial dapat ditambahkan karena juga berpengaruh terhadap tingkat kecenderungan perilaku narsistik.

Peneliti juga menemukan bahwa penggunaan media sosial semakin mengalami peningkatan dan beberapa mahasiswa aktif menggunakan media sosial secara berlebihan. Penggunaan media perlu diperhatikan lagi karena dapat memberikan dampak negatif. Perhatian tersebut juga dapat diberikan oleh Perguruan Tinggi di Surabaya dengan cara memberikan peraturan atau batasan bagi mahasiswa mengenai penggunaan *gadget* khususnya selama proses pembelajaran berlangsung.

Daftar Pustaka

- Ames, D.R., Rose, P., & Anderson, C.P. (2006). The NPI-16 as a Short Measure of Narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40, 440-450.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2018). *Laporan Survey : Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Atzori, Luigi., Morabito, Giacomo., & Iera, Antonio. (2016). Understanding the Internet of Things : Definition, Potentials, and Societal Role of a Fast Evolving Paradigm. *Ad Hoc Networks*, 56, 122-140.
- Barker, C.(2009). *Cultural studies*. Bantul : Kreasi Wacana.
- Caers, R., De Feyter, T., De Couck, M., Stough, T., Vigna, C., Du Bois, C. (2013). Facebook : A Literature Review. *New Media and Society*. 15, 982-1002.
- Canady. (2019). APA Poll : Social Media Has Negative Impact on Mental Health. *Mental Health Weekly*.
- Gnamb, T., & Appel, M. (2017). Narcissism and Social Networking Behavior : A-Meta Analysis. *Journal of Personality*.
- Goodman, C.L., & Leff, B.(2012). *The everything guide to narcissistic personality disorder*. Massachussets : Adams Media.
- Haferkamp, N., Eimler, S.C., Papadakis, A.M., & Kruck, J.V.(2012). Men are from mars, women are from venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 15(2).
- Hussain, Z. (2017). An Explanatory Study of Facebook Intensity and Its Links to Narcissism, Stress and Self Esteem. *Journal of Addictive Behaviors, Theraphy and Rehabilitation*, 6, 1.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Bussiness Horizons*. 53, 59-68.
- La Barbera, D., La Paglia, F., & Valsavoia, R. (2009). Social Network and Addiction. *Studies in Health Technology and Informatics*. 7, 33-36.
- Manning, J. (2014). Social Media, Definition and Classes of. In K. Harvey edition. *Encyclopedia of Social Media and Politics* (pp. 1158-1162). Thousand Oaks, California : Sage.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory 6th ed*. LA : Sage Publication Ltd.
- Millon, Theodore. (2011). *Disorders of Personality : Introducing a DSM/ICD Spectrum from Normal to Abnormal 3rd edition*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Najib, M.A., Sugiarto, A., & Erawati, E.(2018). Swafoto narsistik dan harga diri remaja. *Insan Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2(2).
- Paramboukis, O., Skues, J., & Wise, L. (2016). An Explanatory Study of The Relationships between Narcissism, Self-Esteem and Instagram Use. *Social Networking*. 5, 82-92.
- Putri, W. S. C., Nurwati, R. N., & Santoso, M. B.(2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal Prosiding KS : Riset & PKM*, 3, 1.
- Raskin, R., Terry, H.(1988). A Principal Components Analysis of The Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 890-902.
- Sembiring, K.D.R.(2017). Hubungan antara kesepian dan kecenderungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media instagram. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 147-154.

- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, D.G. (2020). Putting The “Self” in Selfies : How Narcissism, Envy and Self-Promotion Motivate Sharing of Travel Photos Through Social Media. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37, 64-77.
- The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology (2008). Georgia. Diakses pada tanggal 05 April 2020 melalui http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys
- Trottier, D. & Fuch, C. (2014). *Social Media, Politics and The State : Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in The Age of Facebook, Twitter and Youtube*. New York : Routledge. 3 – 38.
- Williams, David Lindsey., & Crittenden, Victoria. (2012). The Use of Social Media : An Explanatory Study of Usage Among Digital Natives. *Journal of Public Affairs*. John Wiley & Son