

Narsistik Era Digital: Investigasi Mendalam Harga Diri Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial

Kevin Darmawan¹

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Herlan Pratikto²

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Suhadianto³

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail : herlanpratikto@untag-sby.ac.id

Abstract

The rapid development of social media can affect student development, one of which is Instagram which ranks at the top as the social media platform that shows the most narcissistic side. This study aims to determine the relationship between self-esteem and intensity of Instagram social media use with narcissistic tendencies in college students. The population in the study was 941 students. Participants in the study were 281 students using accidental sampling techniques. The instruments in the study used the Guttman scale and Likert scale. The method used for data analysis is multiple regression with the help of SPSS 25.0 for windows. The results showed that there was a positive relationship between self-esteem and intensity of Instagram social media use with narcissistic tendencies in college students. The advice conveyed is able to control feelings when getting praise from other individuals when uploading activities on Instagram and reduce the intensity of Instagram use so as not to become a very intense user (classified as high) which can lead to narcissistic tendencies.

Keywords: *Narcissistic tendencies., Self-Esteem., Intensity Of Social Media Use., College Students*

Abstrak

Perkembangan media sosial yang berkembang pesat mampu mempengaruhi perkembangan mahasiswa, salah satunya adalah Instagram yang menempati urutan teratas sebagai platform media sosial paling banyak menunjukkan sisi narsistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa. Populasi pada penelitian adalah 941 mahasiswa. Partisipan pada penelitian adalah 281 mahasiswa dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen pada penelitian menggunakan skala guttman dan skala likert. Metode yang digunakan untuk analisis data adalah regresi berganda dengan bantuan SPSS 25.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa. Saran yang disampaikan mampu mengendalikan perasaan ketika mendapatkan pujian dari individu lain saat mengunggah aktivitas di instagram dan mengurangi intensitas penggunaan Instagram agar tidak menjadi pengguna yang sangat intens (tergolong tinggi) yang dapat memunculkan kecenderungan narsistik.

Kata kunci: *Kecenderungan Narsistik., Harga Diri., Intensitas Penggunaan Media sosial., Mahasiswa.*

Pendahuluan

Mahasiswa adalah seorang pelajar yang berusia antara usia 18-25 tahun yang terdaftar dan belajar di lembaga yang lebih tinggi, baik dari universitas, politeknik, sekolah menengah, sekolah tinggi, institut atau universitas (Neidi, 2019). Era globalisasi saat ini,

perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memberikan dampak yang besar bagi kehidupan kita. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dapat menciptakan inovasi baru dan dapat membawa perubahan model komunikasi di masyarakat. Sebelum adanya perkembangan teknologi, manusia hanya dapat berkomunikasi dan bertukar pesan melalui surat kabar. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi membuat media semakin berlomba untuk menghasilkan inovasi-inovasi baru, salah satunya adalah munculnya media sosial (Damayanti., dkk, 2022).

Media sosial adalah salah satu jenis perkembangan teknologi yang dirancang untuk memfasilitasi pertukaran pesan antar manusia. Menurut laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Salah satu aplikasi media sosial adalah Aplikasi Instagram. Instagram adalah media sosial berbasis foto dan video. Instagram menyediakan berbagai macam fitur yang sangat berguna dan bisa diakses oleh siapa saja tanpa batasan usia. Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram di dunia diperkirakan sebanyak 1,32 miliar per Januari 2023. Instagram seringkali, fitur-fitur baru diperbarui secara rutin, contohnya adalah cerita Instagram. Fungsinya adalah untuk mendorong pengguna Instagram agar lebih aktif membagikan konten seperti foto atau video dalam jangka waktu 24 jam. (Hafidziansah, 2022). Salah satu kelebihan dari platform media sosial Instagram terletak pada fitur "*like*" dan "*followers*" yang dapat memunculkan aspek narsistik dari pengguna media sosial. (Indra, 2017).

Menurut Mahendra (2017) penggunaan instagram pada mestinya digunakan sesuai tujuan diciptakan sosial media ini. Penggunaanya diberikan kebebasan mengunggah gambar maupun video sebanyak apapun serta kapanpun yang ia ingin. Oleh sebab itu, instagram membagikan bermacam berbagai fitur- fitur menarik buat penggunanya. Pengguna instagram dinantikan bisa menguasai fitur *like*, *comment*, serta *direct messenger* jadi media yang disediakan oleh instagram buat komunikasi dengan pengguna yang lain dan wujud evaluasi berbentuk pujian foto ataupun video yang diunggah (Olga, 2019).

Pada kenyataannya, maraknya pengguna instagram yang ada membuat setiap individu berlomba-lomba menampilkan kelebihannya agar pengguna Instagram lainnya mampu menarik perhatian. Seperti saat berfoto sebelum menggunakan *make-up* dan sesudah menggunakan *make-up*, Sekarang, orang sangat memperhatikan penampilannya saat mengunjungi tempat-tempat yang sedang viral di Instagram. Mereka juga sering meniru gaya foto dari pengguna Instagram terkenal, yang sering disebut sebagai selebgram, dengan harapan terlihat keren. Saat ini, baik dengan sadar maupun tanpa sadar, orang yang berkumpul di suatu tempat tidak lagi banyak membahas topik secara langsung, melainkan lebih sibuk dengan gadget masing-masing untuk berfoto, mengedit, dan mengunggahnya ke Instagram agar mendapatkan pujian dari banyak orang lain di instagram mengenai parasnya untuk menciptakan perasaan ingin dikenal banyak orang di lingkungannya, dengan kata lain yaitu. Narsistik (Muslimin, 2020).

Menurut Raskin dan Terry (1988) Narsistik dapat didefinisikan suatu bentuk cinta-diri di mana seseorang terlalu memperhatikan dirinya sendiri, gagasan bahwa seseorang berasumsi bahwa dia sangat *superior* dan sangat penting, bahwa dia berpikir dialah si paling bijaksana, paling hebat, si paling kuat, si paling terbaik, dan segalanya. Menurut Durand (2007) mengatakan bahwa seseorang dengan kecenderungan narsistik memperdaya orang lain guna kepentingan pribadi dan kurang memiliki rasa empati kepada orang lain.

Sebuah studi di Luar Negeri melaporkan bahwa lebih dari 74,1% mahasiswa di perguruan tinggi cenderung narsistik (Carpenter & Christopher, 2012). Literatur lain juga menerangkan bahwa sebanyak 53% dewasa awal juga cenderung narsistik di media sosial (Savci, dkk., 2021). Hal ini bisa disimpulkan bahwa data terkait mahasiswa di beberapa perguruan tinggi luar negeri juga memiliki kecenderungan narsistik dengan hasil persentase dan taraf yang berbeda beda. Mendukung temuan beberapa penelitian di Luar Negeri, penelitian tentang Kecenderungan Narsistik di Indonesia juga diperoleh data yang hampir sama. Penelitian terhadap 77 mahasiswa Universitas Medan Area menunjukkan 80% mahasiswa kecenderungan narsistik (Dalimunthe, dkk., 2020). Penelitian pada 400 mahasiswa Universitas Islam Riau juga menunjukkan subjek memilih narsistik dengan berada

pada kategori tinggi sebesar 47,00% (Ali, 2022). Bahkan penelitian terbaru yang melibatkan mahasiswa kecenderungan narsistik di salah satu Universitas Negeri Padang menunjukkan 100% mahasiswa kecenderungan Narsistik dalam kategori tinggi, dimana aspek narsistik tersebut yang paling tinggi terdapat pada spek *Authority* (Ramaridha, dkk., 2022).

Menurut Sundoro (2022) dampak yang dapat terjadi akibat dari perilaku kecenderungan narsistik ialah perilaku semena-mena yang dilakukan oleh individu narsistik, hal ini dikarenakan dirinya merasa bahwa ialah individu yang paling istimewa sehingga mampu memberikan ketentuan atau aturan terhadap individu lainnya. Sebagai hasilnya, situasi ini dapat mengganggu kemampuan individu dalam membentuk kesehatan mental dan hubungan yang saling menguntungkan dengan orang lain. Selain itu, individu dengan kecenderungan narsistik yang tinggi lebih rentan terhadap kritikan, bahkan mungkin tidak mampu atau enggan menerima kritik yang diberikan.

Harga Diri menurut Coopersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri merupakan bentuk evaluasi diri dan memelihara rasa percaya diri atau percaya diri. Harga diri dapat diekspresikan melalui penerimaan atau penolakan hasil penilaian. Menurut Coopersmith (1967) karakteristik Harga Diri atau harga diri terbagi atas dua yaitu, Individu dengan rasa harga diri yang kuat memiliki beberapa ciri khas. Mereka aktif dan mampu mengekspresikan diri dengan baik, mencapai kesuksesan dalam bidang akademik, mampu menerima kritik dengan baik, memiliki keyakinan pada persepsi dan reaksi mereka sendiri, serta tidak terlalu terpaku pada diri dan masalah pribadi mereka. Di sisi lain, individu dengan rasa harga diri yang rendah juga memiliki ciri khasnya. Mereka memiliki perasaan rendah diri, takut gagal dalam menjalin hubungan sosial, terlihat putus asa, merasa diasingkan dan diabaikan, kesulitan dalam mengungkapkan diri dengan baik, sangat bergantung pada lingkungan, tidak konsisten, dan cenderung pasif dalam mengikuti lingkungan sekitar mereka.

Menurut Azwar (2000) intensitas adalah suatu kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Pendapat lain menurut Ajzen (1986) intensitas ialah tingkatan penggunaan media bisa dilihat dari perhatian, penghayatan, frekuensi serta durasi dari penggunaan media. Durasi penggunaan media sosial dapat dikatakan tinggi jika ≥ 3 jam/hari dan frekuensi penggunaan media dapat dikatakan tinggi jika ≥ 4 kali/hari.

Mengacu pada kajian secara teoritis sebelumnya, dapat dilihat keterkaitan antara ketiga variabel penelitian. Individu dengan kecenderungan narsistik mempunyai harga diri yang rendah sehingga individu dengan kecenderungan narsistik membutuhkan pengakuan dan pujian dari orang lain untuk menaikkan harga diri individu tersebut. Hal ini membuat individu dengan kecenderungan narsistik membutuhkan media sosial untuk mencari perhatian (Adi & Yudiati, 2009). Sedangkan individu yang cenderung narsistik dapat dilihat pada intensitas penggunaan media sosialnya dengan ukuran kuantitatif terkait lamanya, sering dan konsisten individu dalam menggunakan media sosial (Larasati & Sunarto, 2020).

Metode

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 941 Mahasiswa Angkatan 2020-2022 Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya partisipan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan standar error 5% diperoleh 280 Mahasiswa dan senang membagikan alur kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sehari-hari di instagram. Sampel didapatkan dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel secara acak. Artinya, siapa pun yang secara kebetulan ditemui dapat menjadi sampel penelitian, asalkan dianggap sesuai sebagai sumber data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis regresi. Metode regresi yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan beberapa variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis regresi berganda ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25,0 untuk Windows.

Hasil

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan *SPSS 25 for Windows*. Untuk mengetahui apakah data yang telah diuji berdistribusi normal atau tidak normal adalah dengan menentukan nilai signifikannya. Jika signifikan atau nilai $p > 0,05$ maka variabel tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan atau nilai $p < 0,05$ maka variabel tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 1 Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Harga Diri Intensitas Media Sosial Kecenderungan Narsistik	0,200	Normal

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan uraian tabel diatas hasil uji normalitas sebaran untuk variabel harga diri dan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan kecenderungan narsistik menggunakan *Kolmogorov Smirnov* didapatkan nilai signifikansi sebesar $p = 0,200 > 0,05$ artinya, sebaran data pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa data pendistribusian dalam penelitian ini dinyatakan normal.

Uji Linieritas

Uji Linieritas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah variabel dalam penelitian yang dilakukan mempunyai hubungan yang linier signifikan atau tidak signifikan. Penelitian ini menggunakan *test for linearity* dibantu dengan program IBM SPSS 25.0. Aturan yang digunakan dalam uji linieritas regresi berganda ialah dengan melihat hubungan menggunakan koefisien F dan p taraf signifikan, apabila $p < 0,05$ maka artinya terdapat hubungan, sebaliknya apabila $p > 0,05$ maka artinya tidak ada hubungan. Berdasarkan analisis data yang dilakukan maka didapatkan hasil tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Uji Linieritas

Variabel	Sig.	Keterangan
Harga Diri Intensitas Media Sosial Kecenderungan Narsistik	0,000	Linier

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan uraian tabel diatas hasil uji linieritas antara variabel Harga Diri dan intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan narsistik diperoleh nilai signifikansi sebesar $p = 0,000 (p < 0,05)$. Artinya ada hubungan linier antara variabel harga diri dan intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan narsistik

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji keberadaan korelasi antar variabel independent dan model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Aturan yang digunakan dalam uji multikolinearitas ialah apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 , maka terdapat multikolinearitas yang tidak dapat ditoleransi dan variabel tersebut harus dikeluarkan dari model regresi agar

hasil yang diperoleh tidak biasa. Berdasarkan analisis data yang dilakukan maka didapatkan hasil tabel 3 berikut ini:

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinierity Statistics		
	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga Diri dan Intensitas Penggunaan Media Sosial	0,966	1,035	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan uraian tabel diatas hasil uji multikolinearitas antara variabel X1 (Harga Diri) dan X2 (Intensitas penggunaan media sosial instagram) diperoleh nilai tolerance = 0,966 > 0,10 dan nilai VIF = 1,035 < 10,00. Artinya pada nilai Tolerance tidak terjadi multikolinearitas sedangkan pada nilai VIF tidak terjadi Multikolinearitas antara variabel X1 (Harga Diri) dan X2 (Intensitas penggunaan media sosial instagram).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dijalankan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Kriteria penerimaan terlihat dari nilai signifikansinya, apabila di atas 5% (0,05) artinya tidak mengandung heteroskedastisitas. Berdasarkan analisis data yang dilakukan maka didapatkan hasil tabel 4 berikut ini:

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

Variabel	Sig.	Keterangan
Harga Diri	0,578	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0,236	

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan uraian tabel diatas hasil uji Heteroskedastisitas terhadap variabel Harga Diri dan Intensitas penggunaan media sosial instagram menggunakan korelasi *Spearman's Rho* diperoleh signifikansi= 0.578 ($p > 0,05$) pada variabel Harga Diri dan diperoleh sig. 0,236 ($p > 0,05$) pada variabel Intensitas penggunaan media sosial instagram. Artinya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada kedua variabel.

Analisis Deskriptif Skala Kecenderungan Narsistik

Berdasarkan deskripsi data yang didapat, maka untuk variabel kecenderungan narsistik dalam penelitian ini dibagi atas tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategori skor kecenderungan narsistik dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5 Analisis Deskriptif Skala Kecenderungan Narsistik

Kategori	Nilai	N	Presentase
Rendah	$X < 8$	63	22,4%
Sedang	9 – 14	138	49,1%
Tinggi	$15 < X$	80	28,5%

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa responden dengan tingkat kecenderungan narsistik yang rendah pada penelitian ini ialah berjumlah 63 orang atau kurang lebih 22,4% dari keseluruhan responden penelitian ini dengan rentang nilai < 8. Mahasiswa dengan tingkat kecenderungan narsistik yang sedang pada penelitian ini adalah sebanyak 138 orang atau sekitar 49,1% dari keseluruhan responden penelitian ini dengan rentang nilai 9 hingga 14. Responden dengan tingkat kecenderungan narsistik

kategori yang tinggi pada penelitian berjumlah 80 orang atau sekitar 25,5% dengan rentang nilai >15.

Analisis Deskriptif Skala Harga Diri

Berdasarkan deskripsi data yang didapat, maka untuk variabel harga diri dalam penelitian ini dibagi atas tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategori skor harga diri dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6 Analisis Deskriptif Skala Harga Diri

Kategori	Nilai	N	Presentase
Rendah	$X < 80$	60	21,4%
Sedang	81 – 92	140	49,8%
Tinggi	$93 < X$	81	28,8%

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa responden dengan tingkat harga diri yang rendah pada penelitian ini ialah berjumlah 60 orang atau kurang lebih 21,4% dari keseluruhan responden penelitian ini dengan rentang nilai < 80. Mahasiswa dengan tingkat harga diri yang sedang pada penelitian ini adalah sebanyak 140 orang atau sekitar 49,8% dari keseluruhan responden penelitian ini dengan rentang nilai 81 hingga 92. Responden dengan tingkat harga diri kategori yang tinggi pada penelitian berjumlah 81 orang atau sekitar 28,8% dengan rentang nilai < 93.

Analisis Deskriptif Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Berdasarkan deskripsi data yang didapat, maka untuk variabel intensitas penggunaan media sosial instagram dalam penelitian ini dibagi atas tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategori skor intensitas penggunaan media sosial instagram dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7 Analisis Deskriptif Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Kategori	Nilai	N	Presentase
Rendah	$X < 37$	51	18,1%
Sedang	38 – 45	147	52,3%
Tinggi	$46 < X$	83	29,5%

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa responden dengan tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram yang rendah pada penelitian ini ialah berjumlah 51 orang atau kurang lebih 18,1% dari keseluruhan responden penelitian ini dengan rentang nilai < 37. Mahasiswa dengan tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram yang sedang pada penelitian ini ialah sebanyak 147 orang atau sekitar 52,3% dari keseluruhan responden penelitian ini dengan rentang nilai 38 hingga 45. Responden dengan tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram kategori yang tinggi pada penelitian berjumlah 83 orang atau sekitar 29,5% dengan rentang nilai < 46.

Uji Simultan

Uji Simultan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah hasil uji simultan yang telah dilakukan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25.0 for Windows.

Tabel 8 Hasil Uji Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,516	0,266	0,261	4,034	1,659

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1643,556	2	821,778	50,497	0,000
Residual	4524,095	278	16,274		
Total	6167,651	280			

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Hasil analisis secara simultan berdasarkan tabel diatas maka dapat diartikan uji korelasi simultan antara harga diri (X1) dan intensitas penggunaan media sosial (X2) dengan kecenderungan narsistik (Y) diperoleh skor F= 50,497 dan skor R= 0,516 dengan signifikansi = 0,000 (P<0,05). artinya secara simultan (bersama-sama) Harga Diri dan intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap kecenderungan narsistik. Berdasarkan hasil uji simultan tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis 3 diterima

Skor R Square sebesar 0,266 dapat diartikan harga diri dan intensitas penggunaan media sosial secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh sebesar 26% terhadap kecenderungan narsistik. Adapun 74% dipengaruhi oleh variabel lain. faktor-faktor lain yang mempengaruhi kecenderungan narsistik adalah *Depression* (depresi), *Loneliness* (kesepian), *Subjective Well-being* (perasaan subjektif).

Uji Parsial

Uji Parsial menggunakan uji signifikan t bertujuan untuk melihat kadar signifikansi pengaruh variabel X pada Variabel Y secara parsial. uji t akan menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y). Berikut ini adalah hasil Uji Parsial yang telah dilakukan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25,0 for Windows.

Tabel 9 Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Sttd. Error			
Constant	11,786	2,467		4,778	0,000
Harga Diri	0,214	0,023	0,472	9,181	0,000
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0,127	0,035	0,189	3,677	0,000

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diartikan Uji korelasi parsial diperoleh skor t= 9,81 dengan signifikansi sebesar 0,000 (p<0,05). Artinya ada korelasi positif yang signifikan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik, sehingga semakin tinggi harga diri seseorang maka semakin tinggi juga kecenderungan narsistik, begitu juga sebaliknya semakin rendah harga diri seseorang maka semakin rendah juga kecenderungan narsistik. Berdasarkan hasil uji parsial tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis 1 ditolak

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diartikan Uji korelasi parsial diperoleh skor t= 3,677 dengan signifikansi sebesar 0,000 (p<0,05). Artinya ada korelasi positif yang signifikan

antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan kecenderungan narsistik, sehingga semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial instagram maka semakin tinggi juga kecenderungan narsistik, begitu juga sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan media sosial instagram maka semakin rendah juga kecenderungan narsistik. Berdasarkan hasil uji parsial tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis 2 diterima

Persamaan Regresi

Persamaan regresi dilakukan untuk mendapatkan gambaran bagaimana variabel independen yang meliputi Harga Diri (X1) dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram (X2) mempengaruhi variabel dependen yaitu Kecenderungan Narsistik dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil dalam persamaan regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10 Hasil Persamaan Regresi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-11,786	2,467		-4,778	0,000
Harga Diri	0,214	0,023	0,472	9,181	0,000
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0,127	0,035	0,189	3,677	0,000

Sumber: Output Statistic Program SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan tabel diatas, dapat diuraikan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = (-11,786) + 0,214X_1 + 0,127X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar -11.786. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi harga diri (X1), intensitas penggunaan media sosial instagram (X2), bernilai 0 persen atau mengalami perubahan, maka nilai kecenderungan narsistik adalah -11.786.

Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga Diri (X1) yaitu sebesar 0,214. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel harga diri dan kecenderungan narsistik. Hal ini artinya jika variabel harga diri mengalami kenaikan sebesar 1.

Nilai koefisien regresi untuk variabel intensitas penggunaan media sosial (X2) yaitu sebesar 0,127.

Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (berlawanan arah) antara variabel likuiditas dan agresivitas pajak. Hal ini artinya jika variabel intensitas penggunaan media sosial mengalami kenaikan 1

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui korelasi antara variabel Harga Diri dan Intensitas Penggunaan Media Sosial instagram dengan Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pengambilan data menggunakan skala yang telah di uji coba sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis ketiga menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara harga diri dan intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan narsistik sehingga hipotesis dapat diterima.

Maknanya asumsi penelitian bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi juga kecenderungan narsistik.

Hasil ini mendukung pernyataan bahwa harga diri memiliki hubungan signifikan dengan kecenderungan narsistik. Menurut Adi dan Yandiari (2009) serta Clarke, Karlo, & Neale (2014) menemukan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan narsistik adalah harga diri. Harga diri merupakan evaluasi diri yang dibuat oleh setiap individu serta sikap seseorang terhadap dirinya sendiri dalam rentang positif-negatif (Coppersmith, 1998). Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hardika.dkk., (2019) dalam penelitiannya terdapat hubungan positif antara harga diri dan kesepian dengan kecenderungan narsistik.

Kecenderungan narsistik mencakup perilaku individu yang ditandai dengan pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri, kecenderungan untuk sombong, dan harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain (Raskin & Terry, 1988). Menurut Carpenter (2012), perilaku narsistik cenderung tercermin dalam pola perilaku tertentu yang terjadi di media sosial. Perilaku yang mencolok di media sosial sering dianggap sebagai cara untuk mendapatkan pengakuan diri dengan mendapatkan perhatian publik melalui pembaruan cerita, foto, dan jumlah teman yang banyak. Individu dengan kecenderungan narsistik sering kali berbicara tentang diri mereka sendiri, mengharapkan dukungan dari lingkungan sosial, dan mencari pemenuhan harga diri melalui perilaku narsistik di media sosial.

Hasil ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat narsistik yang tinggi mengharapkan perhatian dan pujian dari apa yang telah dilakukannya, seperti contoh sering memposting sesuatu yang berkaitan dengan dirinya di media sosial, dan menginginkan sebuah like pada postingannya. Sedangkan individu yang mempunyai tingkat narsistik rendah mampu menerima kekurangan ataupun kelebihan yang dimiliki tanpa harus orang lain mengetahuinya serta tidak menginginkan perhatian dan pujian atas kemampuan yang dimilikinya (Gustina, 2021).

Ketika seorang individu memiliki harga diri yang tinggi, kemungkinan untuk dihargai dan diakui juga akan lebih tinggi. Keberadaan aplikasi instagram memungkinkan mahasiswa yang memiliki harga diri yang tinggi memiliki tempat untuk memenuhi kebutuhannya untuk diperhatikan dan diakui. Selain itu, mahasiswa yang memiliki harga diri tinggi akan cenderung narsistik di Instagram karena mereka butuh diterima oleh orang lain secara langsung dan diterima dalam pertemanan di jejaring sosial Instagram seperti pernyataan Coopersmith (1998) terdapat empat aspek harga diri yaitu, arti penting, kebijakan, kompetensi, kekuasaan. Jadi mahasiswa yang memiliki harga diri yang tinggi akan memiliki kebutuhan diterima, dibutuhkan, dan dibutuhkan untuk menunjukkan kemampuannya sehingga yang menjadi salah satu salurannya adalah melalui saluran media sosial, seperti aplikasi Instagram. Ketika mahasiswa narsis, seperti mengunggah foto, maka ketika mahasiswa tersebut menerima umpan balik ia akan merasa berharga.

Penelitian ini menegaskan kembali bahwa kecenderungan narsistik yang tinggi menjadi faktor penyebab penggunaan media sosial secara intens. Ditemukan bahwa kecenderungan narsistik memiliki korelasi positif dengan intensitas penggunaan media sosial, yang berarti semakin tinggi tingkat kecenderungan narsistik, semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial (Andreassen, 2017). Tingkat intensitas yang tinggi dalam penggunaan media sosial dapat berdampak pada kesehatan mental, dan juga berkaitan dengan kecenderungan narsistik (Mir.,dkk, 2020; Gnams & Appel, 2017).

Sarowono (2013) menyatakan bahwa penggunaan media sosial memiliki cenderung mencintai diri sendiri. Pengguna media sosial yang memiliki kecenderungan narsistik lebih tertarik pada hal-hal yang hanya berkaitan dengan kepuasan pribadi, dan ini berdampak besar dalam interaksi sehari-hari. Mahasiswa yang memiliki sifat narsistik cenderung kurang peduli terhadap perasaan orang lain. Mereka cenderung menghabiskan waktu mereka untuk menggunakan media sosial, dengan upaya untuk menjelaskan siapa diri mereka, minat mereka terhadap hal-hal tertentu, serta kegiatan sehari-hari mereka. Namun, mereka sering kali marah dan kesal ketika mendapat kritikan dari orang lain.

Hal ini juga diterangkan oleh Sullivan.,dkk, (2017) yang mengindikasikan bahwa kecenderungan narsistik dapat memprediksi tingkat intensitas penggunaan media sosial.

Kecenderungan narsistik juga memiliki peran aktif dalam meningkatkan intensitas penggunaan media sosial seperti Instagram. Hal ini karena media sosial memungkinkan individu untuk mengekspresikan emosi mereka dan menunjukkan keberhasilan mereka kepada orang lain, serta menjadi tempat untuk mendapatkan pengakuan melalui komentar dari orang lain di media sosial (Coralia.,dkk, 2017). Tingkat intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, seperti Instagram, muncul dari keinginan untuk mendapatkan perhatian dari banyak orang. Hal ini dapat menyebabkan individu untuk membagikan postingan tanpa memedulikan orang lain, dan mereka menampilkan penampilan mereka di media sosial (Singh.,dkk, 2018).

Mahasiswa mengakses Instagram secara berlebihan dapat mengadopsi beberapa strategi untuk mengurangi penggunaannya, seperti mengalihkan perhatian ke aktivitas lain yang dapat mengurangi waktu yang dihabiskan di Instagram, seperti berkumpul dengan keluarga. Selain itu, mereka juga dapat mengambil tindakan konkrit seperti mematikan jaringan internet, menetapkan *alarm* sebagai pengingat ketika menggunakan Instagram terlalu lama, dan sebagainya. Wisnuwardhani (Amal & Setiarso, 2020) mengusulkan tiga pendekatan yang dapat membantu mengurangi perilaku penggunaan Instagram, yaitu: mematikan aplikasi Instagram ketika sedang bekerja dan menjauhkan ponsel dari jangkauan, memberikan peringatan kepada diri sendiri jika penggunaan Instagram berlebihan dapat merugikan pekerjaan dan mempengaruhi kepercayaan orang lain, dan menggunakan pengingat harian untuk membatasi waktu penggunaan Instagram, dengan mengurangi durasi penggunaan secara bertahap dari 3 jam menjadi 2 jam hingga 1 jam per hari.

Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa ada korelasi yang positif signifikan antara variabel harga diri dan intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa. Hasil penelitian ini senada dengan penelitian sebelumnya yang mendukung adanya hubungan positif antara harga diri dan kesepian dengan kecenderungan narsistik yakni pada penelitian Hardika dkk (2019), sehingga hipotesis 3 peneliti diterima. Sedangkan pada penelitian lain yang selaras juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mendukung adanya hubungan positif antara kecenderungan narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram yakni pada penelitian Putri. dkk (2023), maka dari itu hipotesis 2 peneliti diterima.

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah individu yang memiliki tingkat kecenderungan narsistik yang tinggi perlu membatasi penggunaan media sosial Instagram. Larangan ini dapat dilakukan dengan mengurangi intensitas mengakses Instagram, misalnya dari 12-15 kali per hari menjadi 1-3 kali per minggu, dan dilakukan secara bertahap. Selain itu, kontrol juga dapat dilakukan dengan mengurangi frekuensi mengunggah foto/video di Instagram. Temuan dari penelitian ini dapat memberikan arahan untuk mengurangi kecenderungan narsistik pada mahasiswa dengan melalui pengembangan harga diri yang seimbang dan menjalin hubungan yang hangat dengan anggota keluarga tanpa mengalami kekurangan atau kelebihan yang berlebihan.

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka, saran yang dapat diberikan pada subjek penelitian yaitu peneliti merekomendasikan kepada subjek penelitian untuk menggunakan Instagram secara bijaksana, yaitu dengan mampu mengendalikan perasaan saat menerima pujian dari orang lain ketika mengunggah aktivitas di Instagram, serta mampu menerima kritikan sebagai upaya untuk menghindari respon negatif dari lingkungan sekitar. Selain itu, peneliti juga mengusulkan kepada subjek penelitian untuk mengurangi intensitas penggunaan Instagram agar tidak menjadi pengguna yang sangat aktif (*intens*) dalam penggunaan Instagram. Tindakan ini bertujuan untuk menghindari kecenderungan narsistik pada mahasiswa dan melatih mereka untuk menjadi lebih realistis dalam menampilkan diri mereka di media sosial Instagram.

Referensi

- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453–474. doi:10.1016/0022-1031(86)90045-
- Ali, Y. N. (2022). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). Diunduh dari: <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/18048>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Dalimunthe, H. A., & Sihombing, D. M. B. (2020). Hubungan Penerimaan Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Medan Area. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(3), 697-703. Diunduh dari: <https://mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jehss/article/view/144>
- Damayanti, E. P., Lionardo, A., & Bafadhal, O. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintah Daerah (Studi Komparatif Pada Akun @Bakohumaspalembang.Kominfo dan @Protokol_Kota_Palembang) (Doctoral dissertation, Sriwijaya University). Diunduh dari: <https://repository.unsri.ac.id/69100/>
- Durand, V. M. (2007). *Psikologi abnormal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hafidziansah, N. P. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Vapehits Bandung Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Vapehitz Bandung Melalui Media Sosial Instagram)* (Doctoral dissertation, Fisip Unpas). Diunduh dari: <http://repository.unpas.ac.id/55667/>
- Larasati, D. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya terhadap Tingkat Perilaku Cyberbullying. *Interaksi Online*, 8(4), 44-52. Diunduh dari: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/view/28650>
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Muslimin, K., & Yusuf, M. D. (2020). Pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2), 139-146. Diunduh dari: <https://ejournal.unisnu.ac.id/JKIN/article/viewFile/1610/1483>
- Olga, N. F. (2019). *Hubungan kematangan emosi dengan Agresivitas Verbal yang dilakukan pada kalangan mahasiswa* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Rahmaridha, S., & Aviani, Y. I. (2022). Hubungan Antara Kecanduan Jejaring Sosial Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 2021(4). Diunduh dari: <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/12479>
- 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(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Savci, M., Turan, M. E., Griffiths, M. D., & Ercengiz, M. (2021). Histrionic personality, narcissistic personality, and problematic social media use: Testing of a new hypothetical model. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19, 986-1004. Diunduh dari <https://link.springer.com/article/10.1007/s11469-019-00139-5>
- Sedikides, C., Rudich, E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M., & Rusbult, C. (2004). Are normal narcissists psychologically healthy?: Harga Diri Matters. *Journal of personality and social psychology*, 87(3), 400.
- Sundoro, A. R., Trisnani, R. P., & Christiana, R. (2022, September). Kecenderungan narsistik mahasiswa dalam menggunakan media sosial instagram ditinjau dari jenis kelamin. In *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling* (Vol. 6, No. 1, pp. 53-58). Diunduh dari: <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SNBK/article/view/3189>