

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KECENDERUNGAN
NARSISTIK PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA SISWI
SMA N 15 SEMARANG**

Ralita Anggi Puspitaningrum
15000118130127
Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
Email : ralita.anggi31@gmail.com

ABSTRAK

Kecenderungan narsistik ditandai dengan suatu kondisi dimana individu memiliki kekaguman dan penilaian berlebih pada dirinya sendiri. Individu dengan kecenderungan narsistik merasa harga dirinya terancam ketika mendapatkan kritik, dan menuntut dari diri sendiri untuk mendapatkan perhatian secara terus menerus. Sehingga, individu dengan kecenderungan narsistik akan merasa nyaman jika bersosialisasi di media sosial dari pada harus bersosialisasi secara langsung (offline), salah satu media sosial yang digunakan yaitu instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial *Instagram* di kalangan siswi SMA N 15 Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini merupakan siswi kelas XI SMA N 15 Semarang berjumlah 210 orang. Sampel penelitian berjumlah 150 orang diperoleh melalui teknik pengambilan sampel *Cluster Random Sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam pengambilan data menggunakan skala psikologi yaitu skala harga diri (20 aitem; $\alpha = 0,902$) dan skala kecenderungan narsistik (47 aitem; $\alpha = 0,953$). Analisis data dilakukan dengan analisis korelasi *Spearman's Rho* menunjukkan koefisien korelasi sebesar $r = -0,180$ dengan nilai $p = 0,027$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yaitu terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *Instagram* pada siswi SMA N 15 Semarang, sehingga semakin tinggi harga diri maka akan semakin rendah kecenderungan narsistik. Begitu pula sebaliknya semakin rendah harga diri maka akan semakin tinggi kecenderungan narsistik pada siswi SMA N 15 Semarang, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci : harga diri; kecenderungan narsistik; pengguna instagram; siswi

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND NARSTICISTIC
TRENDS IN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM USERS IN
SMA N 15 SEMARANG**

Ralita Anggi Puspitaningrum
15000118130127
Faculty of Psychology, Diponegoro University
Prof. Soedarto SH Rd., Tembalang, Semarang, Indonesia 50275
Email : ralita.anggi31@gmail.com

ABSTRACT

Narcissistic tendencies are characterized by a condition in which individuals have admiration and overvaluation of themselves. Individuals with narcissistic tendencies feel self-esteem threatened when criticized, and demand constant attention from themselves. Thus, individuals with narcissistic tendencies will feel comfortable socializing on social media rather than having to socialize directly (offline), one of the social media used is Instagram. This study aims to determine the relationship between self-esteem and narcissistic tendencies in Instagram social media users among female students of SMA N 15 Semarang. The method used in this study was quantitative methods. The population of this study were 210 students in 11st grade of SMA N 15 Semarang. The research sample totaling 150 people was obtained through the Cluster Random Sampling technique. The measuring instrument used in data collection was a psychological scale, namely the self-esteem scale (20 item; $\alpha = 0.902$) and the narcissistic tendency scale (47 item; $\alpha = 0.953$). Data analysis was performed using Spearman's Rho correlation analysis and showed correlation coefficient of $r = -0.180$ with a value of $p = 0.027$ ($p < 0.05$). These results indicate that the hypothesis by researchers, namely that there was a negative relationship between self-esteem and narcissistic tendencies of Instagram social media users in SMA N 15 Semarang students, so that higher the self-esteem, would made narcissistic tendencies lower, and the lower self-esteem, made narcissistic tendencies higher in 11st grade female students SMA N 15 Semarang, so the hypothesis in this study was accepted.

Keywords: self-esteem; narcissistic tendencies; instagram users; female students

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah memberikan kontribusi yang besar bagi dunia, salah satunya yaitu di bidang informasi dan komunikasi. Hal tersebut menjadi landasan perubahan sosialisasi dan komunikasi sederhana menjadi modern dan serba digital. Perkembangan ini dapat dilihat dengan semakin mudahnya manusia untuk memperoleh informasi melalui internet.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia APJII 2021 melakukan survei pada pengguna internet 2021. Hasil survei menyatakan bahwa pemakai internet di belahan bumi ini baik *mobile* ataupun *fixed* mengalami peningkatan yang tajam. Di Indonesia sendiri peningkatan dari tahun 2020, dengan jumlah keseluruhan pemakai internet menyentuh angka lebih dari 196 juta jiwa atau sekitar 72% dari penggunaan internet penduduk Indonesia. (Selamet, 2021).

Kebutuhan komunikasi manusia semakin dimanjakan oleh perkembangan teknologi dan komunikasi yang tumbuh dengan cepat. Perkembangannya memberikan banyak kemudahan untuk manusia dalam melakukan komunikasi salah satunya yaitu komunikasi melalui media sosial. Saat ini pemakai internet di dunia mencapai 4,66 miliar jiwa yang mayoritasnya merupakan pemakai media sosial. Jumlahnya kini mencapai 4,2 miliar pengguna media sosial. Survei yang dilakukan oleh *Hootsuite*, hal tersebut jelas menandakan bahwa perhitungan per Januari 2021, populasi dunia menyentuh angka 7,83 miliar jiwa. Bersumber dari laporan PBB, jumlahnya terus mengalami peningkatan 1 % per tahun, jika dibandingkan dengan tahun lalu (Wardani, 2021).

Salah satu media sosial paling diminati dari masyarakat yaitu *instagram*, yang merupakan aplikasi penunjang foto ataupun video untuk berbagi *moment* bersama keluarga maupun teman. (Rizaty, 2021) menjelaskan bahwa di Indonesia, keseluruhan pemakai *instagram* hingga Juli 2021 berjumlah 91,77 juta pemakai. Pemakainya sendiri terbanyak dari kalangan usia 18 – 24 tahun yaitu dengan presentase 36,4%. Instagram sendiri menempati posisi ketiga sebagai *platform* media sosial yang paling diminati oleh masyarakat, setelah YouTube dan WhatsApp. Annur, (2021) menyebutkan bahwa pengguna *instagram* terdiri dari usia 13-54 tahun dengan total secara keseluruhan yaitu, mayoritas 53,2% pengguna aplikasi berbagi foto dan video itu di Indonesia sendiri merupakan kaum wanita. Sedangkan, 46,8% pengguna *Instagram* lainnya adalah pria.

Saat ini pengguna media sosial terbesar *instagram* merupakan kelompok usia remaja, tahapan usia tersebut mempunyai keinginan untuk tampil menarik dilingkungannya. Pada masa remaja dirasakan sebagai bentuk krisis yang ada di dalam dirinya karena belum mempunyai prinsip yang kokoh, sedangkan dalam kepribadiannya tengah mengalami pembentukan (Soekanto dalam Engkus et al., 2017). Sedangkan menurut Asiah (2018) remaja merupakan individu yang sedang merasakan masa peralihan dari periode anak-anak ke periode dewasa, hal tersebut merupakan masa paling penting dalam sejarah kehidupan khususnya dalam pembentukan kepribadiannya.

Lie (2013) menjelaskan bahwa istilah remaja memang sulit ditetapkan, akan tetapi pada periode ini dapat digambarkan dengan adanya perubahan fisik dan emosional yang cukup signifikan dalam diri anak, oleh karenanya banyak remaja yang mencari jati dirinya sendiri melalui banyak hal. Akan tetapi menurut Asiah (2018) menyebutkan bahwa tidak semua remaja sedang mencari jati dirinya kemudian akan berupaya ke hal yang positif untuk menunjukkan eksistensi dirinya demi memperoleh pengakuan dari orang lain. Salah satu cara umum yang

menjadi pilihan remaja yaitu sebagai pengguna aktif jejaring sosial, khususnya *instagram*. Demi menunjang eksistensinya para remaja mengunggah video yang menarik ataupun foto diri (*selfie*) di beranda *instagram*nya yang disertai dengan *caption* untuk menambah kesan menarik dalam postingannya. Hal tersebut dilakukan untuk menarik simpati pengguna *instagram* yang lainnya agar memberikan *like* ataupun tanggapan positif dalam unggahan tersebut (Suhartanti, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Brailovskaia et al., (2020) juga menjelaskan mengenai tingkatan intensitas individu pengguna media sosial akan berpengaruh pada tingkat kecenderungan narsistik dalam dirinya. Individu dengan kecenderungan narsistik akan mementingkan dirinya sendiri dan sangat fokus pada dirinya sendiri, hal tersebut mengakibatkan individu memiliki sikap kurangnya empati terhadap orang lain serta memanfaatkan orang lain demi kepentingannya. Hal tersebut dapat membuat individu merasa bahwa dirinya lebih baik dibandingkan dengan orang lain (Durand dalam Najah et al., 2021)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prihantari (2021) menyebutkan bahwa salah satu ciri individu yang mengalami kecenderungan narsistik yaitu memiliki kebutuhan yang ekstrem untuk dikagumi dengan cara memberikan kesan yang positif pada sebuah unggahannya di *instagram* dengan melakukan berbagai cara seperti, mengedit foto ataupun video dengan sebaik mungkin agar terlihat menarik dan sempurna dimata pengikutnya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Ong dalam Bhakti, 2016) menyebutkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik meningkatkan *profile picture* dengan menampilkan secara fisik lebih menarik, lebih *fashionable*, lebih *glamour*, dan lebih *cool*. Hal tersebut bertujuan untuk tampil menarik sebagai presentasi diri di *instagram*.

Maulidania (2017) menjelaskan bahwa kecenderungan narsistik yang dialami oleh individu akan berfokus pada dirinya sendiri (*self centered*) dan mementingkan diri sendiri (*self*

concerned). Individu tersebut tidak memahami kondisi yang nyata pada diri sendiri dan bagaimana penilaian orang lain terhadapnya. Ketidaktahuannya tersebut menyebabkan masalah terhadap adaptasi pada lingkungannya. Raskin dan Terry (dalam Sembiring, 2017) menyebutkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik biasanya tumbuh dalam lingkungan yang gemar memberikan penghargaan serta perhatian yang positif dari orang lain kepada individu tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Neale (dalam Hardika et al., 2019) menyebutkan bahwa individu yang memiliki kecenderungan narsistik mempunyai perasaan yang sensitif terhadap kritik yang tidak sesuai dengan ekspektasi dan kegagalan, karena pada kenyataannya individu tersebut mempunyai harga diri yang rapuh. Begitu juga dengan penelitian dilakukan oleh (Brown et al., 2016) menjelaskan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik merasa berhak dalam mementingkan dirinya sendiri, dan pengalaman harga diri yang fantastis, karakteristik dari individu ini sangat rentan dan berdampak pada dirinya sendiri.

Kristanto (dalam Hidayah, 2022) mengemukakan bahwa narsistik merupakan cinta yang berlebihan untuk dirinya sendiri. Kecenderungan narsistik merupakan kepribadian ditandai dengan harapan individu yang berlebihan untuk berkuasa, kesuksesan, keelokan, kurangnya rasa empati, dan kebutuhan untuk dikagumi oleh individu lain dalam menilai dirinya. Santrock (dalam Maulidania, 2017) mengemukakan bahwa kecenderungan narsistik merujuk pada proses yang terpaku pada dirinya terhadap orang lain dan hanya dirinya yang dipikirkan. Individu biasanya tidak sadar akan keadaan sebenarnya dari dirinya dan pandangan individu lain terhadap dirinya. Kecenderungan narsistik ini akan mendorong individu untuk terus melakukan penilaian terhadap dirinya dan kemudian membentuk suatu harga diri atas penilaian individu tersebut. Harga diri merupakan keseluruhan dari penilaiannya untuk dirinya, penilaian ini menunjukkan bagaimana individu menerima, menolak, dan seberapa besar

individu bisa mempercayai bahwa dirinya bisa, penting, sukses, dan berharga. Kesadaran dirinya dan perasaan untuk diri sendiri dapat mengarah pada penilaian positif atau negatif.

Hardika et al., (2019) menjelaskan bahwa harga diri merupakan cara bagaimana individu menilai dirinya sendiri apakah itu positif maupun negatif. Penelitian Kreitner dan Kinicki (dalam Santi, 2016) menyebutkan bahwa harga diri merupakan suatu keyakinan untuk menilai dirinya berdasarkan evaluasi dalam diri secara keseluruhan. Seseorang yang mempunyai harga diri yang kuat biasanya dapat menjalani interaksi sosial yang baik dengan orang lain, mempunyai sikap sopan, dan mampu berfikir dengan baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Sedangkan individu yang mempunyai harga diri lemah justru akan mempunyai sikap yang negatif dan mempunyai citra diri buruk.

Santi (2017) menyebutkan bahwa rendahnya harga diri dapat memicu individu untuk melakukan dua sikap berlebihan yang berbahaya, yaitu sikap pasif dan agresif. Sikap pasif merupakan sikap yang kurang tegas untuk melakukan suatu tindakan karena terdapat rasa takut jika membuat orang lain tersinggung, ketika individu merasa diatur atau dinasihati akan membuat diri individu menjadi benci dan merasa direndahkan. Sedangkan untuk sikap agresif merupakan sikap yang digunakan untuk menyakiti orang lain secara verbal maupun non verbal.

Srisayekti & Setiady (2015) menjelaskan bahwa salah satu aspek penting dalam diri individu yaitu harga diri karena hal tersebut dapat membentuk kepribadian individu. Saat individu tidak dapat menghargai dirinya sendiri, maka hal tersebut akan menyulitkan dirinya sendiri untuk menghargai orang lain yang ada di sekelilingnya. Terdapat dua faktor yang berperan penting pada harga diri, diantaranya yaitu faktor dari dalam (internal) yaitu gender, intelegensi, dan fisik individu, sedangkan untuk faktor dari luar (eksternal) yaitu meliputi lingkungan tempat tinggalnya, sekolah, dan keluarganya menurut (Ghufron dalam Hardika et al., 2019).

Penelitian Wibowo & Maria Silaen, (2018) mengenai hubungan harga diri dan penggunaan media sosial *instagram* dengan perilaku narisisme di kalangan siswa kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya menunjukkan hubungan yang signifikan antara harga diri dan pengguna media sosial *instagram* terhadap perilaku narsisme dikalangan siswa SMP. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya harga diri yang negatif pada siswa dan tingginya tingkat penggunaan *instagram* maka akan semakin tinggi pula perilaku narsisme yang dimiliki oleh siswa. Penelitian lain sebagai penguat yaitu oleh (Santi, 2016) mengenai Hubungan self esteem dan kecenderungan narsisisme terhadap pengguna facebook pada mahasiswa PPGSD UPGRI Kediri, menunjukkan adanya hubungan yang relevan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *facebook*. Hal tersebut diartikan bahwa semakin rendahnya harga diri maka semakin narsis para pengguna *facebook* Begitu juga sebaliknya semakin tinggi harga dirinya maka semakin rendah juga narsisnya di *facebook*.

Berdasarkan observasi di lapangan ditemukan siswi SMA N 15 Semarang yang aktif menggunakan media sosial, dimana siswi memiliki kecenderungan menunjukkan diri dengan memposting foto maupun video untuk mendapatkan komentar positif dari pengguna lain. Beberapa anak juga berfoto ketika kegiatan belajar mengajar berlangsung lalu mengunggahnya ke akun media sosialnya dengan *caption* yang mencuri perhatian orang lain. Selain itu beberapa anak sangat memperhatikan penampilan fisiknya ketika berada di sekolah, serta banyak anak yang mencari perhatian guru dengan mengejek temannya yang tidak berprestasi sedangkan dirinya pun tidak berprestasi. Hal tersebut diantaranya terjadi pada siswi, kemungkinan-kemungkinan munculnya kecenderungan narsistik dilakukan individu berkaitan dengan perilaku yang berbeda-beda disetiap individu.

Goodman dan Leff (2012) berpendapat bahwa perempuan memiliki tingkat kecenderungan perilaku narsistik yang lebih tinggi yaitu perempuan seringkali

mempermasalahkan *body image*. Sedangkan menurut (Lestari, 2022) menyebutkan bahwa seorang remaja dengan rentang usia 15 – 17 tahun memiliki rasa narsis yang tinggi. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa perempuan dengan usia 15-17 tahun dapat dikategorikan sebagai siswi yang merupakan individu memiliki tingkat kecenderungan narsistik yang tinggi. Berdasarkan hasil penjabaran tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *instagram* pada siswi SMA N 15 Semarang.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah harga diri berhubungan dengan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *instagram* pada siswi SMA N 15 Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pengguna media sosial Instagram pada siswi di SMA N 15 Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan di bidang Psikologi, khususnya Psikologi Klinis dan Psikologi Kepribadian mengenai harga diri dan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna media sosial.

2. Secara Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pentingnya harga diri bagi remaja untuk mengembangkan penilaian yang positif terhadap dirinya.

b. Bagi Instansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kaitan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *instagram*, serta dapat dijadikan salah satu kebijakan tentang penggunaan media sosial di lingkungan instansi.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait harga diri dengan kecenderungan narsistik pada remaja, serta menjadi tambahan informasi mengenai tema yang terkait.