

Kecenderungan Perilaku Narsisme Mahasiswa Terhadap Media Sosial

¹Elza Sri Aprilia, ²Hengki Hendra Pradana Rizky ³Sota Dyaksa

¹²Universitas Nahdhatul Ulama Blitar, Indonesia

Email : elsabone88sep@gmail.com hengkihendra007@gmail.com sotadyaksa@gmail.com

ABSTRACT

Over the last few years, the use of the internet has become an increasingly popular routine in many countries around the world, including in Indonesia. Conney's research shows that the results of a survey by the marketing agency We Are Social and the social media management platform Hootsuite reveal that more than half of the population in Indonesia are "literate", meaning they are actively using social media in January 2021. However, on the other hand, the presence of social media has also created a private sphere, one melts with the public space. Social media is one of the supporters of narcissistic behavior. The need for self-actualization is now an important aspect. Especially for a student. Students need self-actualization which is supported by social media to express and channel hobbies or talents that they have so far. The purpose of this study was to determine the tendency of students' narcissistic behavior towards social media.

Keywords: *Narcissism, Social Media, Students*

ABSTRAK

Selama beberapa tahun terakhir, penggunaan internet telah menjadi rutinitas yang semakin populer di banyak negara di dunia termasuk di Indonesia. Penelitian Conney menunjukkan hasil survey agensi marketing We Are Social dan Platform Manajemen Media sosial Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah "melek", artinya aktif menggunakan media sosial pada Januari 2021. Namun di sisi lain kehadiran media sosial juga telah membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Media sosial menjadi salah satu penunjang dari perilaku narsisme. Kebutuhan akan aktualisasi diri saat ini menjadi salah satu aspek penting. Terlebih bagi seorang mahasiswa. Mahasiswa perlu aktualisasi diri yang didukung dengan adanya media sosial untuk berekspresi dan menyalurkan hobi atau bakat yang selama ini dimiliki. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan perilaku narsisme mahasiswa terhadap media sosial.

Kata kunci: Narsisme, Media Sosial, Mahasiswa

Pendahuluan

Perkembangan zaman di era modernisasi memberikan pengaruh bagi kehidupan masyarakat dunia termasuk Indonesia terutama dalam bidang teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Hal itu bisa dilihat dari munculnya internet di kalangan masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, internet pun mengalami perkembangan yang semakin maju, ditandai dengan mudahnya akses internet yang didapat (Rodhin dalam Dewi & Ibrahim, 2019).

Muncul dan berkembangnya internet membawa budaya dan cara komunikasi baru di kalangan masyarakat. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi masyarakat saat ini, dimana komunikasi bisa terjadi dimana

saja dan kapan saja, tanpa harus bertemu muka secara langsung. Teknologi, pengetahuan informasi, serta kebudayaan yang dimiliki masing-masing negara bergerak tanpa batas memasuki dan dikenali oleh masyarakat di negara-negara lain. Perkembangan ini dapat dirasakan oleh masyarakat dunia karena adanya globalisasi, dimana satu sama lain saling mengetahui. Internet adalah salah satu dari bentuk dari kemajuan teknologi yang membantu menyebarluaskan setiap informasi ke seluruh dunia (Husna dalam Saijuri & Qorib, 2019).

Selama beberapa tahun terakhir, penggunaan internet telah menjadi rutinitas yang semakin populer di banyak negara di dunia termasuk di Indonesia. Saat ini, sebagian besar individu menggunakan internet untuk mengakses media sosial, sebagaimana hasil riset

Wearesosial (2019) yang mengemukakan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau 56% dari total populasi. Jumlahnya mengalami peningkatan sebanyak 20 juta pengguna media sosial di Indonesia dibanding tahun sebelumnya (dalam Hidayah, dkk, 2022). Kemudian Conney (2021) Hasil survey agensi marketing We Are Sicial dan Platform Manajemen Media social Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah “melek”, artinya aktif menggunakan media sosial pada Januari 2021. Hasil laporan berjudul Digital 2021: The Latest Insight Into The State Of Digtal itu, disebutkan bahwa dari total 274,9 Juta penduduk Indonesia, 170 Juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian angka penetrasinya sekitar 61,8%. Angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut sebesar 10 juta atau sekitar 6,3% dibandingkan bulan Januari 2020. Dalam periode yang sama, pengguna internet di Indonesia tumbuh 27 Juta atau 15,5% menjadi 202,6 Juta. Pengguna media sosial yang paling mendominasi berasal dari kalangan muda dengan akses yang digunakan melalui perangkat mobile seperti smartphone (dalam Khadijah, dkk, 2022).

Chris Brogan (2010) mengemukakan media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (dalam Liedfray, 2022). Namun di sisi lain kehadiran media sosial juga telah membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Telah terjadi pergeseran budaya di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa, banyak diantara mahasiswa tidak segan-segan mengupload segala foto kegiatan pribadinya seperti foto sebelum makan, berselfie, foto mesra, foto menangis, foto ditengah bencana, bahkan foto sambil berdoa, untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun-akun media sosial yang mereka miliki dengan harapan segala kegiatan yang mereka lakukan dapat dilihat dan menuai komentar dari teman-teman atau pengikutnya di media sosial (Saijuri & Qorib, 2019).

Media sosial menjadi salah satu penunjang dari perilaku narsisme. Kebutuhan akan aktualisasi diri saat ini menjadi salah satu aspek penting. Terlebih bagi seorang mahasiswa.

Mahasiswa perlu aktualisasi diri yang didukung dengan adanya media sosial untuk berekspresi dan menyalurkan hobi atau bakat yang selama ini dimiliki. Dalam tahap mahasiswa, perlu yang namanya sosialisasi guna mengembangkan rasa ingin dikenal oleh banyak orang dalam lingkungannya dengan kata lain narsisme/narcissistic (Muslimin & Yusuf, 2020). Lam (2012) menyebutkan bahwa narsisme berasal dari konsep diri dan rasa percaya diri. Rasa percaya diri diaktualisasikan melalui perilaku seperti percaya diri sebagai individu yang unik, mempunyai intelegensi yang lebih, dan memiliki potensi lebih dari orang lain sehingga individu tersebut cenderung tidak menerima diri sendiri karena berperilaku secara berlebihan dari kemampuan serta keadaan yang sebenarnya. Narsisme menjadikan individu berada pada kondisi yang bermasalah secara regresif terhadap dirinya, bukan orang lain sebagai objek cinta karena narsisme menjadi individu cenderung mencintai dirinya sendiri (dalam Khadijah, dkk, 2022)

Bermula dari paparan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul “Kecenderungan Perilaku Narsisme Mahasiswa terhadap Media Sosial”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif eksplanatori. Pendekatan ini fokus pada fenomena yang terjadi pada kehidupan nyata pada lingkup sosial. Tanpa harus bisa mengendalikan fenomena yang ada. Tujuan dari penggunaan pendekatan ini adalah untuk menunjukkan data dan investigasi kasual dari fenomena yang terjadi.

Menurut Arikunto Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan atau menjelaskan kondisi, keadaan, situasi objek atau wilayah yang dijadikan bahan penelitian. Penelitian deskriptif hanya memotret apa yang terjadi sebagai realita, tanpa mengubah, menambah atau memanipulasi objek dari penelitian (dalam Sakinah, dkk, 2019).

Hasil dan Pembahasan

Peneliti melakukan sebuah orientasi lapangan sesuai dengan penelitian pada tema yang sudah ditentukan sebelumnya untuk melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2022 dengan cara melakukan wawancara dan observasi secara

mendalam kepada 3 mahasiswa sehingga mendapat gambaran secara umum perihal kecenderungan perilaku narsisme mahasiswa terhadap media sosial.

Lam (2012) menyebutkan bahwa narsisme berasal dari konsep diri dan rasa percaya diri. Rasa percaya diri diaktualisasikan melalui perilaku seperti percaya diri sebagai individu yang unik, mempunyai intelegensi yang lebih, dan memiliki potensi lebih dari orang lain sehingga individu tersebut cenderung tidak menerima diri sendiri karena berperilaku secara berlebihan dari kemampuan serta keadaan yang sebenarnya. Narsisme menjadikan individu berada pada kondisi yang bermasalah secara regresif terhadap dirinya, bukan orang lain sebagai objek cinta karena narsisme menjadi individu cenderung mencintai dirinya sendiri (dalam Khadijah, dkk, 2022).

Aspek narsisme/narsistik, menurut Raskin, Hall & Terry (1988) yaitu:

1. Authority

Individu dengan kecenderungan kepribadian narsistik akan lebih terlihat mendominasi dapat terlihat sebagai perannya yang lebih senang memimpin atau yang lebih sering mengambil keputusan sendiri dibandingkan dengan orang lain.

2. Self-sufficiency

Individu merasa dirinya memiliki kemampuan diri yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Aspek ini juga sejalan dengan ketegasan, kemandirian, kepercayaan diri, dan kebutuhan berprestasi

3. Superiority

Kepribadian kecenderungan narsistik akan lebih memiliki perasaan bahwa dirinya yang paling baik, hebat, dan sempurna

4. Exhibitionism

Lebih sering memperhatikan penampilan fisiknya supaya mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap identitas dirinya.

5. Exploitativeness

Dirinya akan menggunakan orang lain sebagai sarana untuk menaikkan harga dirinya, seperti merendahkan orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari orang lain.

6. Vanity

Kurang dapat menerima masukan atau sudut pandang dari orang lain terhadapnya atau

dapat dikatakan bahwa dirinya memiliki sifat sombong, keras kepala atau angkuh.

7. Entitlement

Hal ini ditandai dengan anggapan yang mengacu pada harapan dan jumlah hak seseorang dalam hidup mereka.

Temuan penelitian diperoleh berdasarkan hasil wawancara 3 orang mahasiswa pengguna media sosial pada tanggal 23 sampai 30 Desember 2022, untuk mengetahui kecenderungan narsisme mahasiswa terhadap media sosial. Hasil wawancara dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Authority*, yaitu individu dengan kecenderungan kepribadian narsistik akan lebih terlihat mendominasi dapat terlihat sebagai perannya yang lebih senang memimpin atau yang lebih sering mengambil keputusan sendiri dibandingkan dengan orang lain.

Sebelum memposting sesuatu di media sosial, apakah anda meminta saran kepada orang lain atau tidak?

Subjek E mengatakan “*Gak sih, saya memposting tanpa meminta saran dari orang lain, kalau saya mau posting ya saya posting*”. Hal serupa dikatakan oleh subjek D “*Tidak ya mba, soalnya saya langsung posting saja gak perlu saran dari orang lain apalagi itu kan media sosial saya sendiri saya berhak memposting apa yang saya mau kan gitu*”. Selain itu subjek Y menuturkan “*Kalau minta saran kepada orang lain sih gak ya, tapi biasanya saya mempertimbangkan apa yang saya posting jadi tidak perlu meminta saran orang lain*”

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ketika membagikan sesuatu di media sosial, ketiga subjek tidak meminta saran orang lain dan memposting sesuai dengan keinginan informan.

2. *Self-sufficiency*, yaitu individu merasa dirinya memiliki kemampuan diri yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Aspek ini juga sejalan dengan ketegasan, kemandirian, kepercayaan diri, dan kebutuhan berprestasi.

Bagaimana pendapat Anda tentang pencapaian teman di media sosial anda? Apakah membuat Anda menjadi tidak percaya diri ataukah sebaliknya?

Subjek D menjawab *“Kalau tidak percaya diri gak sih, karena aku sudah mencintai diriku, jadi aku tidak ingin membandingkan diriku dengan orang lain”*. Didukung pernyataan dari subjek E *“Ya biasa aja sih mba, saya rasa saya punya kelebihan yang tidak mereka miliki begitupun sebaliknya”*. Kemudian subjek Y mengatakan *“Yaa...itu jadi motivasi saya bahwa saya juga bisa mencapai hal yang saya inginkan”*

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ketika melihat pencapaian orang lain di media sosial, ketiga subjek memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan lebih mencintai diri sendiri sekaligus yakin terhadap kelebihan yang dimiliki tanpa membandingkan dengan kemampuan orang lain.

3. *Superiority*, yaitu kepribadian kecenderungan narsistik akan lebih memiliki perasaan bahwa dirinya yang paling baik, hebat, dan sempurna

Ketika anda memiliki kemampuan, prestasi, atau pencapaian apakah anda membagikannya di media sosial?

Subjek E menuturkan bahwa *“Iyaa, saya biasanya membagikan pencapaian saya di media sosial dan sebagai reward saya juga dan menunjukkan bahwa saya bisa melakukan itu”*. Kemudian ditambah pernyataan dari subjek D *“Tentu saja saya bagikan ke media sosial, karena saya merasa senang dan bangga bisa mencapai hal tersebut juga bisa menjadi motivasi orang lain”*. Didukung pernyataan dari subjek Y yang menyatakan *“Ya, betul cuma pengen berbagi aja sih, kaya ada kepuasan tersendiri pokonya senang lah”*

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ketika mencapai suatu hal ketiga subjek membagikan hal tersebut di media sosial sebagai reward, perasaan bangga, dan adanya kepuasan tersendiri, sekaligus bisa memotivasi orang lain.

4. *Exhibitionism*, yaitu lebih sering memperhatikan penampilan fisiknya supaya mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap identitas dirinya.

Dalam media sosial, anda percaya bahwa anda adalah orang yang special dan unik, dan anda yakin bahwa orang lain iri dengan anda?

“Ya, saya percaya bahwa saya dilahirkan ke dunia dengan keunikan yang belum tentu dimiliki orang lain” *“Dalam media sosial yaa memang saya unik khususnya dalam mengedit video, tapi kalau masalah orang lain iri dengan saya, saya tidak tahu karena saya menampilkan apa yang saya punya”* *“Iyaa betul, saya percaya bahwa saya spesial terutama dalam hal memasak, karena tidak semua orang pintar masak dan kalau masalah mereka iri mungkin ada yaa karena biasanya setelah membagikan masakan aku ke media sosial itu banyak yang komen sih, misalnya “aku pengen” “bagi resepnya dong” seperti itu”*.

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam media sosial, ketiga subjek percaya bahwa mereka adalah orang yang special dan unik. Subjek D merasa unik ketika dia memiliki kemampuan mengedit video yang bagus dan menarik. Sedangkan subjek Y merasa spesial pada kemampuan memasakyang dimilikinya.

5. *Exploitativeness*, yaitu dirinya akan menggunakan orang lain sebagai sarana untuk menaikkan harga dirinya, seperti merendahkan orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari orang lain.

Apakah anda suka meminta teman anda untuk mempromosikan akun media sosial anda atau sesuatu yang kiranya menguntungkan Anda?

Subjek E menyatakan bahwa *“Biasanya sih ketika saya ulang tahun, saya suka menyuruh teman-teman saya untuk memposting foto saya di akun media sosial mereka sekaligus promosi akun hehe”*. Hal serupa dikatakan oleh subjek D *“Tentu saja, karena saya jualan online mba otomatis saya butuh followers banyak dan butuh relasi agar orang lain memfollow akun saya jadi kalau banyak yang mengikuti ya banyak yang beli”*. Sedangkan subjek Y mengatakan *“gak sih mba”*.

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam media sosial, kedua subjek suka meminta teman untuk mempromosikan akun media sosialnya atau sesuatu yang kiranya menguntungkan subjek. Subjek E mengaku bahwa dirinya suka menyuruh temannya memposting fotonya di

akun media sosial temannya pada saat ulang tahun dan subjek D juga mengatakan dia suka meminta orang lain mengikuti akunnya untuk kebutuhan dalam jualan online. Sedangkan, subjek Y mengakui tidak pernah mempromosikan akunnya pada orang lain.

6. *Vanity*, yaitu kurang dapat menerima masukan atau sudut pandang dari orang lain terhadapnya atau dapat dikatakan bahwa dirinya memiliki sifat sombong, keras kepala atau angkuh.

Ketika membagikan sesuatu di media sosial, apakah anda peduli bagaimana pendapat orang lain tentang anda?

“Kalau aku gak peduli sih pendapat orang lain tentang postingan saya, yang penting saya membagikan mau ada orang yang berkomentar terserah mereka, bodoamat lah” ujar subjek Y. Hal serupa juga dikatakan subjek E *“Tidak, saya tidak peduli pendapat orang lain tentang saya apalagi di media sosial karena saya memposting apa yang saya suka tanpa mempedulikan pendapat orang lain”*. Kemudian didukung oleh pernyataan subjek D *“Kalau saya membagikan sesuatu di media sosial itu, kalau ada yang gak suka itu urusan dia aku membagikan sesuatu di media sosial agar kelihatan aktif”*.

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ketiga subjek tidak peduli pendapat orang lain tentang yang mereka bagikan di media sosial.

7. *Entitlement*, yaitu hal ini di tandai dengan anggapan yang mengacu pada harapan dan jumlah hak seseorang dalam hidup mereka.

Bagaimana reaksi anda ketika menjadi pusat perhatian di media sosial?

Subjek E mengatakan *“Senang yaa pastinya, apalagi ketika dipuji berasa orang itu memperhatikan dan menghargai saya”*. Kemudian didukung pernyataan dari subjek D *“Senang dan bangga sama diri sendiri”*. Selain itu, *“Yaa jika orang itu spesial tentu saya merasa senang dan bangga”*

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ketiga subjek merasa senang, bangga ketika mendapat perhatian dari orang lain.

Penutup

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kecenderungan narsisme mahasiswa terhadap media sosial sesuai dengan aspek yang dikemukakan oleh Raskin & Terry (1998). Pada aspek *authority*, ketiga subjek memposting sesuatu atas dasar kemauan mereka sendiri tanpa meminta saran dari orang lain tapi salah satu subjek mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum memposting sesuatu di media sosial. Pada aspek *self-sufficiency*, ketiga subjek memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan lebih mencintai diri sendiri sekaligus yakin terhadap kelebihan yang dimiliki tanpa membandingkan dengan kemampuan orang lain di media sosial. Pada aspek *superiority*, ketika mencapai suatu hal ketiga subjek membagikan hal tersebut di media sosial sebagai *reward*, perasaan bangga, dan adanya kepuasan tersendiri, sekaligus keinginan untuk dikagumi orang lain. Pada aspek *exhibitionism*, ketiga subjek percaya bahwa mereka adalah orang yang *special* dan unik dengan kelebihan yang mereka miliki masing-masing. Pada aspek *exploitativeness*, kedua subjek suka meminta teman untuk mempromosikan akun media sosialnya atau sesuatu yang kiranya menguntungkan subjek. Misalnya, suka menyuruh temannya memposting fotonya di akun media sosial temannya pada saat ulang tahun untuk kebutuhan dalam jualan online. Sedangkan, subjek Y mengakui tidak pernah mempromosikan akunnya pada orang lain. Pada aspek *vanity*, ketiga subjek tidak peduli pendapat orang lain tentang yang mereka bagikan di media sosial. Pada aspek *entitlement*, ketiga subjek merasa senang, bangga ketika mendapat perhatian dari orang lain.

Daftar Pustaka

- Dewi, C. G., & Ibrahim, Y. (2019). Hubungan Self-Esteem (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial Instagram pada Siswa SMA. Jurnal Neo Konseling, 1, 2019. <https://doi.org/10.24036/0099kons2019>
- Hidayah, N., Razak, A., & Hamid, H. (2022). Hubungan Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Kota

- Makassar. In Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa (Vol. 1, Issue 3).
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.
- Muslimin, K., David Yusuf, M., Taman Siswa No, J., & Jepara muslimin, T. (2020). PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU NARSISME DI KALANGAN MAHASISWA. In Jurnal An-Nida (Vol. 12, Issue 2).
- Khadijah, K., Monalisa., Arlizon, R. (2022). Perilaku Narsisme Pada Remaja Dan Peran Guru Bimbingan Dan Konseling. Learning in Primary Education (Vol. 4).
- Qorib, F. (2019). ANALISIS SIKAP NARSISME DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA SISWA SMK PGRI 3 MALANG. 8(1), 29. www.publikasi.unitri.ac.id
- Sakinah, U., Fahli Zatrachadi, M., Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga, M., & Suska Riau, U. (2019). Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri Keyword. 2(1), 41–49. <http://ejournal.uin-suska.ac.id>Journalhomepage:<http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/alittizaan>
- anti, Tri. 2021. The Relationship Between Social Support Of Coolers And The Self Adjusment Of Employees With The Deaf. *Jurnal Academia Open*. Vol 5.
- Iflah, I., & Listyasari, W. D. (2013). Gambaran Penyesuaian Diri Mahasiswa Baru. *JPPP - Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 2(1), 33–36. <https://doi.org/10.21009/jppp.021.05>
- Ramansyah, Atkin. 2022. Pengaruh Pelatihan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan pada CV Insan Pratama Sidoarjo. *Jurnal Mitra Manajemen (JJM Online)*. Vol 6, No 6, Hal 374-383.
- Windaniati. (2015). Meningkatkan kemampuan penyesuaian diri siswa melalui teknik cognitive restructuring pada kelas x tkr 1 smk negeri 7 Semarang tahun 2012/2013. *Jurnal Penelitian Pendidikan Unnes*, 32(1), 1–9.