

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit (KBBI, 2011). Tidak hanya menghubungkan jaringan komputer dengan fasilitas komputer di seluruh dunia, 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 mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 10,12% atau 27,916,716 juta jiwa dengan persentase pertumbuhan penduduk sebesar 0,63% dimana pada tahun 2017 hanya terdapat 262 juta jiwa (54,68% dari 143,26 juta jiwa) menjadi 264,16 juta jiwa (64,8% dari 171,17 juta jiwa). 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*.

Hasil survey melalui *google form* pada tanggal 20 Februari 2020 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 :

“Media sosial yang paling sering saya gunakan adalah instagram dengan tujuan untuk berinteraksi misalnya saling komen snapgram nya orang terus kalau enggak itu share postingan yang lucu tentang makanan, ehm, atau tentang siapapun.”

(L, 21 tahun, mahasiswa UKWMS)

“Saya paling sering menggunakan instagram untuk melihat postingan orang lain, melihat konten-konten yang kreatif serta men-share aktivitas seperti makan, pergi. Emm.. saya juga menggunakan untuk stalking orang dan mencari ide-ide kreatif.”

(H, 20 tahun, mahasiswa UKWMS)

Hal ini menunjukkan bahwa L menggunakan media sosial untuk berinteraksi sedangkan H menggunakan media sosial untuk melihat konten kreatif atau mencari ide. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Manning (2014) mengenai tujuan penggunaan media sosial yang berbeda-beda.

Penggunaan media sosial 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).

Hasil survey melalui *google form* menyatakan bahwa L dan H menggunakan media sosial lebih dari 6 jam yang menandakan bahwa individu tergolong sebagai *heavy users* (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 (Gnams & 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).

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 berlebihan 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. Ciri-ciri individu yang memiliki kecenderungan perilaku narsistik akan memiliki harga diri yang tinggi (membesar-besarkan 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).

Pernyataan diatas didukung oleh hasil penelitian Paramboukis (2016) yang berjudul *An Explanatory Study of The Relationship between Narcissism, Self-Esteem and Instagram Use* menjelaskan bahwa terdapat 2 macam perilaku narsistik yaitu *vulnerable* narsistik dan *grandiose* narsistik. Individu yang memiliki *vulnerable* narsistik akan menunjukkan reaksi emosional yang lebih kuat terhadap umpan balik (*feedback*) *instagram* sehingga berkaitan dengan konten yang dihasilkan oleh individu tersebut (*self-generated content*). Sedangkan individu yang memiliki *grandiose* narsistik menggunakan upaya secara terang terangan untuk menarik perhatian agar dikagumi, *self promotion* dan mencari pengakuan.

“...untuk bagi aktivitas, lebih kayak aku beli minuman ini yang lagi hits kayak Xing Fu Tang kayak aku pengen nunjukin oh ini lo aku udah beli kalo gak kalo aku lagi di batu ta ya apa biasanya aku bakal update kayak oh ni aku lagi ndek Batu kayak apa ya momen momen kayak gitu.”

(L, 21 tahun, mahasiswa UKWMS)

Melalui data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki keinginan untuk memamerkan dan menunjukkan di media sosial bahwa dirinya merupakan seseorang yang *up to date* untuk mendapatkan pengakuan. Hal tersebut sesuai dengan ciri atau karakteristik kecenderungan perilaku narsistik yang dikatakan oleh Terry dan Raskin (1988) dimana individu suka menjadi pusat perhatian dan memiliki kebutuhan untuk dikagumi (Ames, Rose & Anderson, 2006).

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.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa penting untuk mengetahui tujuan dan motif penggunaan media sosial yang mengalami peningkatan (APJII, 2018) apakah hal tersebut merupakan ciri atau karakteristik dari kecenderungan perilaku narsistik. Melihat hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kecenderungan perilaku narsistik ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial. 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.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian menjelaskan batas-batas permasalahan yang akan diteliti. Berikut ini adalah batasan masalah dalam penelitian ini :

- a. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Perguruan Tinggi di Surabaya yang masih aktif.
- b. Media sosial yang digunakan adalah media sosial *instagram*.
- c. Kecenderungan perilaku narsistik menurut Terry dan Raskin (1988) yang memiliki 7 aspek yaitu *authority*, *exhibitionism*, *exploitativeness*, *entitlement*, *self-sufficiency*, *vanity* dan *superiority*.
- d. Ciri-ciri kecenderungan perilaku narsistik menurut *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders 5th edition*.

1.3 Rumusan Masalah

Peneliti ingin melihat “Apakah ada hubungan antara kecenderungan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial *instagram* pada mahasiswa di Perguruan Tinggi di Surabaya?”

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik pada mahasiswa di Perguruan Tinggi di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan pengetahuan terutama dalam bidang Psikologi Klinis mengenai keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan atau wawasan mahasiswa mengenai keterkaitan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik. Tentunya informasi ini dapat digunakan oleh mahasiswa dalam melihat kecenderungan perilaku narsistik melalui penggunaan media sosial *instagram*.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya maupun Universitas lainnya dalam menambah pengetahuan sehingga dapat membantu mahasiswa untuk lebih memahami peran media sosial *instagram* terkait kecenderungan perilaku narsistik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan sehingga dapat melihat apakah praktik-praktik pembelajaran yang sebelumnya sudah efektif dan efisien.