

PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU NARSISME DI KALANGAN MAHASISWA

Khoirul Muslimin¹, Muhammad David Yusuf²

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Jalan Taman Siswa No. 9 Tahunan Jepara

muslimin@unisnu.ac.id¹, Muhammaddavidyusuf28@gmail.com²

Abstract

Social media is now present and changing the paradigm of community communication, where now communication can occur anywhere at any time without having to meet face to face. Social media Instagram is a communication media in the form of an application for sharing photos, which allows users to take photos, apply digital filters, so that they can be seen by followers of other Instagram user accounts and allow them to respond to each other such as likes, comments etc. The purpose of this study was to determine whether there is an influence between the use of Instagram social media on narcissistic behavior among students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, Unisnu Jepara. In this study, there are two variables, namely the use of Instagram as an independent variable (independent) and narcissistic behavior as the dependent variable. The sample in this study were students of class 2016-2019. The sampling technique in this study used simple random sampling. Data collection methods consisted of observation, interviews and questionnaires. The data were analyzed using the IBM SPSS Statistics 25 application. The results of the correlation test using the product moment correlation analysis between the use of Instagram social media on narcissistic behavior were 0.636 with a significance value of 0.000, which means that there is a significant and positive influence between the use of Instagram on narcissistic behavior among Study Program students. Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, Unisnu Jepara.

Keywords: Social Media, Instagram, Narcissism.

Abstrak

Media sosial kini hadir dan merubah paradigma berkomunikasi masyarakat, dimana sekarang ini komunikasi bisa terjadi dimana saja kapan saja tanpa harus bertatap muka secara langsung. Media sosial Instagram adalah media komunikasi berupa aplikasi untuk berbagi foto, yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, sehingga dapat dilihat oleh para pengikut akun pengguna Instagram lain dan memungkinkan untuk saling memberikan respon seperti like, komentar dll. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Unisnu Jepara. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu penggunaan Instagram sebagai variabel bebas (independen) dan perilaku narsisme sebagai variabel terikat (dependen). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016-2019. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan simple random sampling. Metode pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara dan kuesioner. Data dianalisis menggunakan aplikasi IMB SPSS Statistics 25. Hasil uji korelasi menggunakan analisis korelasi product moment antara penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku narsisme adalah 0,636 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti terdapat pengaruh signifikan dan positif antara penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Unisnu Jepara.

Kata kunci : *Media Sosial, Instagram, Narsisme.*

A. PENDAHULUAN

Saat ini orang dewasa hingga anak-anak dapat menggunakan internet dengan mudah baik menggunakan handphone/gadget, laptop serta alat komunikasi lainnya. Dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih ini masyarakat dapat dengan mudah meng-akses apapun yang dibutuhkan dengan waktu yang relatif cepat, dan mudah cara penggunaannya (Maulhayat dan Asmary, 2008 : 1).

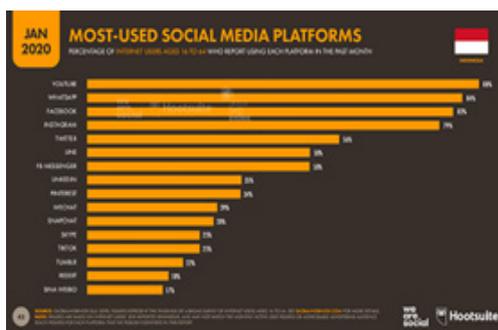
Perkembangan teknologi berhasil menciptakan beragam aplikasi di internet sebagai media komunikasi, sehingga tidak ada lagi jarak, ruang dan waktu sebagai penghambat arus komunikasi (Arianto, 2011 : 101). Salah satunya adalah media sosial "Instagram". Instagram ialah media sosial yang saat ini sedang booming di kalangan pengguna internet.

Instagram merupakan jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama "Burbn Inc". yang berdiri pada 6 Oktober 2010 di Amerika Serikat. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO (*Chief Executive Officer*) atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan Direktur Utama dari Instagram. Kedua CEO tersebut memutuskan untuk lebih memfokuskan Burbn pada aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, berkomentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Aplikasi inilah yang merupakan cikal bakal dari Instagram. Awalnya aplikasi ini hanya dapat dinikmati oleh pengguna Iphone saja. Namun, saat ini sudah bisa digunakan di smartphone yang dapat diunduh di playstore. Logo dari Instagram sendiri berupa kamera

polaroid yang menggambarkan sebuah aplikasi berbagi foto dan video instan (SendariAnugrah, 2019).

Data dari wearesocial.com tahun 2020 diketahui tentang banyak bentuk media sosial dan penggunaannya di Indonesia, untuk youtube sebanyak 88% pengguna, whatsapp sebanyak 84% pengguna, facebook sebanyak 82% pengguna, Instagram sebanyak 79% pengguna, twitter sebanyak 56% pengguna, line sebanyak 50% pengguna, FB messengers sebanyak 50% pengguna, linked in sebanyak 35% pengguna, pinterest sebanyak 34% pengguna, wechat sebanyak 29% pengguna, snapchat sebanyak 28% pengguna, skype sebanyak 25% pengguna, tik tok sebanyak 25% pengguna, tumblr sebanyak 22% pengguna, reddit sebanyak 18% pengguna, sina weibo sebanyak 17% pengguna. Dibawah ini penulis tampilkan data pengguna media sosial di Indonesia dalam tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia.



(Sumber : We Are Social 2020)

Instagram memang memiliki daya tarik tersendiri. Selain sebagai media komunikasi dan penyalur informasi yang menjadi keistimewaan Instagram adalah memiliki fitur-fitur menarik seperti filter, Instagram Story, IGTV (Instagram TV), dan kemudahan berjejaring lainnya membuat

pesona Instagram mampu melekat di hati penggunanya.

Media sosial menjadi salah satu penunjang dari perilaku narsisme. Salah satu dari sekian banyak media sosial adalah Instagram. 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.

Narsisme adalah cinta diri sendiri yang sangat ekstrim, paham yang menganggap diri sendiri sangat superior dan sangat penting ada *extremeself-impotency* (Chaplin, 2001 : 64-65).

Narsisme juga, digunakan untuk menggambarkan orang yang mencintai dirinya sendiri. Dalam batas tertentu, kecintaan pada diri sendiri bisa dianggap normal, tetapi bila berlebihan dan bersifat mengganggu orang lain ataupun diri sendiri maka dianggap penyimpangan atau gangguan kepribadian (Philip, 2007 : 26-28).

Narsisme ditandai dengan kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian, selain itu tertanam dalam dirinya perasaan paling mampu, paling unik (berbeda) dan merasa khusus dibandingkan dengan orang lain.

Narsisme juga dinampakkan oleh para mahasiswa karena mereka setiap hari menggunakan media sosial. Salah satunya Mahasiswa Prodi KPI, FDK, UNISNU Jepara karena seluruh mahasiswa aktif menggunakan media sosial Instagram dan menggunakan fitur-fiturnya untuk mendapatkan respon positif dari follower/pengikutnya.

Dengan paparan di atas peneliti memiliki asumsi bahwa jejaring sosial Instagram memiliki kaitan dengan perilaku narsisme karena merupakan salah satu platform (wahana) media sosial. Konten visual yang disajikan pada Instagram kecenderungan kepada perilaku narsisme seperti swafoto atau swavideo yang diposting di akun pribadi untuk mendapatkan like dan komentar dari pengguna akun lain/follower.

Maka peneliti akan melakukan sebuah penelitian dengan mengambil judul "Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Perilaku Narsisme di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara". Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori media (*medium theory*) dan teori sosial kognitif (*social cognitive theory*) sebagai alat pembantu peneliti dalam menemukan suatu kerangka konseptual untuk menjelaskan pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku narsisme.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Menurut Kriyantono, jenis survei ini menggunakan angket sebagai instrumen

pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei, proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan terperinci melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Survei dalam penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa Prodi KPI dengan pengumpulan datanya menggunakan serangkaian pertanyaan yang tersusun dalam suatu daftar pertanyaan atau sering disebut kuisisioner untuk mengetahui angka dari Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Narsisme di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah para mahasiswa Prodi KPI, Unisnu Jepara, yang berjumlah 107 orang, dengan jumlah mahasiswa laki-laki 48 orang dan mahasiswa perempuan 59 orang.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling dan jumlah sampel ditentukan dengan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan adalah sebesar 5%. Dari 107 mahasiswa, N yang mendekati jumlah populasi dengan tingkat kesalahan 5% adalah 84. Jadi sampel pada penelitian ini berjumlah 84 Responden. selanjutnya jumlah sampel tersebut diambil dengan memfokuskan kepada mahasiswa angkatan 2016-2019 secara acak.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Menggunakan angket dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket bertujuan untuk memperoleh data tentang Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Perilaku Narsisme di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara.
2. Wawancara dengan prosedur wawancara bebas atau wawancara tidak formal dengan melakukan kegiatan tanya jawab tentang pokok-pokok persoalan yang mengarah pada fokus penelitian. Peneliti melakukan wawancara kepada tiga narasumber mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Unisnu Jepara yang memiliki jumlah followers instagram di atas 1000.
3. Observasi dengan mengamati reaksi mahasiswa dan mahasiswi prodi KPI, FDK, Unisnu Jepara ketika menggunakan media sosial Instagram. Tidak hanya sekedar mencatat reaksi mahasiswa tersebut, tetapi juga menilai reaksi mahasiswa dalam penggunaan media sosial Instagram. Observasi dilakukan menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu kejadian atau gejala sosial. Gejala sosial ini telah ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian (Sugiyono, 2012 : 162).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan akan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistik versi 25 untuk pengolahan data yang telah didapatkan melalui kuesioner.

Untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen (penggunaan Instagram) terhadap variabel dependen (perilaku narsisme) di kalangan mahasiswa KPI, maka analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* untuk mencari koefisien korelasi antara variabel independen (X) serta variabel dependen (Y) (Tahir, 2011 : 49).

Berikut adalah rumus yang akan digunakan dalam aplikasi IBM SPSS Statistics 25 :

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara. Untuk mendapatkan hasil data dalam rangka membuktikan adanya pengaruh atau tidak, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi beberapa pernyataan yang diperoleh dari indikator. Perumusan indikator didapatkan dari teori yang digunakan oleh peneliti, yaitu teori media (*medium theory*) untuk variabel penggunaan Instagram dan teori sosial kognitif (*social cognitive theory*) untuk variabel perilaku narsisme.

Teori media adalah teori yang menitikberatkan pada karakteristik media itu sendiri lebih dari sekedar apa yang dikirimkan atau bagaimana suatu informasi diterima. Dalam teori ini pengguna tidak hanya mengetahui penggunaannya saja

namun kita perlu mengetahui bagaimana karakteristik media sosial. oleh karena itu ada beberapa karakteristik media sosial yang dilakukan pengguna Instagram yaitu mengetahui Instagram dapat mengunggah dan berbagi foto yang tidak hanya dilihat satu orang tetapi juga banyak orang, dapat melakukan *mention* (@) untuk mengundang/ menanggapi pengguna lain, saling mengikuti akun teman/orang lain (*follow*), mengunggah foto atau video kegiatan sehari-hari dan memberikan filter media sosial Instagram secara bebas, share foto ke jejaring sosial lain (bagikan), memberikan dan menanggapi komentar, memberikan like (menyukai) karena menarik perhatian, menggunakan Instagram lebih dari 5 jam, bertukar pesan pribadi antar pengguna. (*direct message*).

Pada teori kedua yaitu teori sosial kognitif menekankan pada melakukan identifikasi dengan cara memediasi karakter atau situasi yang mempengaruhi peniruan perilaku. Jika perilaku tersebut terbukti berguna maka perilaku tersebut akan diadopsi. Sebaliknya, jika terbukti perilaku tersebut tidak berguna maka perilaku tersebut akan ditolak. Perilaku narsisme didasarkan pada delapan aspek: perasaan *grandiose* dan *self-important*, fantasi, perasaan sebagai individu yang unik dan spesial, kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, ketiadaan empati, perasaan iri, perilaku arogan dan angkuh.

Hasil uji korelasi menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan jumlah sampel sebesar 84 sampel mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara. Menunjukkan perolehan koefisien

dengan korelasi sebesar 0,636 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Data analisis tersebut menunjukkan terdapat pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa KPI, Unisnu Jepara. Perolehan koefisien korelasi sebesar 0,636 ini menunjukkan bahwa angka tersebut mendekati 1, sehingga menyebabkan keeratan diantara kedua variabel tersebut semakin kuat.

Hasil dari uji hipotesis ditemukan nilai signifikansi (Sig) variabel penggunaan Instagram (X) adalah 0,000. Hal ini berarti $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa H_0 diterima. Berarti ada pengaruh penggunaan Instagram (X) terhadap perilaku narsisme (Y).

Dari tahun ke tahun, pengguna Instagram di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 2 kali lipat. Di Asia, Indonesia berada pada urutan kedua sebagai penduduk yang paling banyak menggunakan media sosial tersebut. Sedangkan di dunia menduduki posisi ke empat. Hampir seluruh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara menggunakan aplikasi Instagram sebagai sarana komunikasi, inspirasi dan bisnis, karena dianggap lebih mudah, praktis dan ekonomis. Hal ini menandakan bahwa Instagram sangat familiar di lingkungan kampus Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara.

D. SIMPULAN

Hasil penelitian ini, mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan dinyatakan positif antara penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme

di kalangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara.

Dibuktikan dengan hasil korelasi *product moment* dengan jumlah sampel sebesar 84 dari 107 populasi. Hal ini menunjukkan perolehan koefisien korelasi sebesar 0,636 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian hasil korelasi *product moment* tersebut dibandingkan dengan *f* tabel, dimana *f* tabel dengan $n = 84$ adalah 3,96. Jadi, sesuai dengan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa nilai linearitas adalah signifikan, karena $F_{hitung} < F_{tabel}$ dimana $F_{hitung} = 1,679$ lebih kecil dari $F_{tabel} = 3,96$.

Selanjutnya dari hasil uji hipotesis, di mana nilai signifikansi bernilai $0,000 < \text{probabilitas } 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Artinya ada pengaruh penggunaan Instagram (variabel X) terhadap perilaku narsisme (variabel Y). Dijelaskan bahwa pada kolom R^2 didapatkan nilai sebesar 0,405 atau 40,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh terhadap perilaku narsisme sebesar 40,5%.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Objek penelitian hanya di fokuskan pada media sosial Instagram yang mana hanya satu dari banyak media sosial lain yang juga dapat mempengaruhi perilaku narsisme di kalangan mahasiswa.

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/karangan ilmiah:

- Arianto, Dwi Agung Nugroho.(2011). *Pengenalan Komputer dan Internet Dasar*. Semarang: RaSAIL Media Group.
- Chaplin.(2001). *Kamus Lengkap Psikologi*, Alih Bahasa Kartini Kartono.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fries, Maulhayat, Wahyuddin Asmary. (2018). *Peran Instagram di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makasar*. Makassar: Universitas Negeri Makasar.
- Kriyantono,Rachmat. (2010).*Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Philip.(2007). Jangan Terlalu Dekat Narsisus, *Psikologi Plus*, vol. 1, no. 09, ed. Maret hlm. 26-28.
- Sendari, Anugrah Ayu. (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, ini Deretan Fitur Canggihnya*, Available at: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736>, Diunduh pada tanggal 22 Desember 2019.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Tahir,Muhammad. (2011).*Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi : Teori dan Paradigma*. Jakarta : Kencana
- Kuncoro, Mudrajad. (2010). *Ekonomika Pembangunan: Masalah, Kebijakan,*

dan Politik (Edisi.5). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Akcay, Selcuk. (2011). Causality Relationship Between Total R&D Investment and Economic Growth: Evidence From United States. *The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 16(1), 79-92.

Atmadja, Adwin S. (1999). Inflasi di Indonesia: Sumber - sumber Penyebab dan Pengendaliannya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 54-57.

Endaryati. et al. (2000). Aplikasi fungsi Cobb-Douglas: studi kasus Industri Besi dan Baja dasar Indonesia 1976-1995, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Kinerja*, Vol 4 No 2 Th 2000.

Chain, P. (1997). *Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE conference, Swisburne University*. Available at: <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>. Diunduh pada 3 Juni 2003.

StatSoft, inc. (1997). *Electronic Statistic Textbook, Tulsa OK., StatSoft Online*. Available at: <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>. Diunduh pada 27 Mei 2000.

Dokumen resmi pemerintah:

Undang-undang Republik Indonesia. Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. 1998 diperbanyak oleh Negara Kesatuan Republik Indonesia.