

Hubungan *Self Esteem* Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Media Sosial di SMA Negeri 51 Jakarta

Elsa Novita Rahayu
Universitas Tama Jagakarsa

Korespondensi penulis: elsanovitarahayu1@gmail.com*

Abstract. *This research aims to determine the relationship between self-esteem and narcissistic tendencies in social media users at SMA Negeri 51. Self-esteem is a person's attitude based on perceptions of how he appreciates and assesses himself as a whole, in the form of a positive or negative attitude towards himself. Narcissistic behavior is behavior that strengthens and increases self-admiration which can provide social status, praise and attraction. The relationship between these two things will be found out. The explanation of the research methods in this research includes Identification of Research Variables. The results of this research show that there is a relationship between the level of self-esteem and the tendency towards narcissistic behavior among social media users at SMA Negeri 51 Jakarta.*

Keywords: *Self esteem, Narcissistic, Social media*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *self esteem* dengan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial di SMA Negeri 51. *self esteem* merupakan sikap seseorang berdasarkan persepsi tentang bagaimana ia menghargai dan menilai dirinya sendiri secara keseluruhan, yang berupa sikap positif atau negatif terhadap dirinya. Perilaku narsistik merupakan perilaku yang memperkuat dan meningkatkan kekaguman pada diri sendiri yang dapat memberikan status sosial, pujian, dan daya tarik. Dua hal ini akan dicari tahu hubungannya. Penjelasan metode penelitian pada penelitian ini mencakup Identifikasi Variabel Penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara tingkat *self esteem* dan kecenderungan terhadap perilaku narsistik pada pengguna media sosial di SMA Negeri 51 Jakarta.

Kata kunci: Self esteem, Narsistik, Media sosial.

LATAR BELAKANG

Hasil survei yang dilakukan Asosiasi Jasa Pengguna Internet Indonesia (APJII) menunjukkan jumlah pengguna internet tahun 2023 telah mencapai 171,17 juta jiwa atau setara dengan 64,8% dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 27,91 juta jiwa dari hasil survei tahun 2023. Kemajuan media sosial digunakan untuk mencari perhatian serta mendapatkan pengakuan dari orang lain dengan cara melakukan pembaharuan status Estoisia et al. (2009)

Di era modern ini telah berkembangnya teknologi dengan pesat dari tahun ke tahun. Perkembangan teknologi dapat diakses melalui internet yang mempunyai banyak fitur yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram, Tik Tok, Twitter, Facebook, Media sosial ini masih menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pengguna media sosial tersebut di Indonesia yang mencapai ratusan juta orang, Media sosial ini sedang booming di Indonesia.

Perilaku narsistik adalah perilaku mempertahankan dan meningkatkan penilaian yang tinggi atas dirinya (Campbell et al., 2002). (Chatterjee & Hambrick, 2007). Menjelaskan narsistik merupakan kebutuhan yang kuat atas ketegasan orang lain terhadap keunggulan yang dimiliki. Perilaku narsistik merupakan perilaku yang memperkuat dan meningkatkan kekaguman pada diri sendiri yang dapat memberikan status sosial, pujian, dan daya tarik Back et al. (2013). Biasanya orang dengan kecenderungan narsistik ini juga akan diikuti dengan ciri-ciri lain, seperti *arrogance self-centeredness greed* dan *lack of 5 empathy*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan narsistik adalah *Self Esteem*. Hal tersebut senada dengan pernyataan Santi (2017) yang menyatakan bahwa di usia remaja mereka lebih banyak menghabiskan waktu untuk menjadi pusat perhatian dengan mengunggah foto atau kegiatan di media sosial supaya disebut sebagai individu yang modern.

Self-esteem adalah berbicara mengenai intrapersonal seseorang. Bicara bagaimana seseorang menilai dan memaknai diri mereka sendiri secara positif atau negatif. Seseorang yang memiliki *self-esteem* tinggi cenderung lebih percaya diri dibanding seseorang yang memiliki *self-esteem* rendah. Hal tersebut bisa juga dilihat Ketika seseorang menggunakan media sosial, seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter. Seseorang yang sering mengunggah foto ke media sosial secara penilaian dari luar memiliki kepercayaan diri dan *self-esteem* yang tinggi, namun tentu tidak bisa dinilai begitu saja. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian hubungan antara *Self esteem* dengan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial di SMA Negeri 51 Jakarta, agar dapat mengetahui dan memahami masalah pada pengguna media sosial secara lebih mendalam.

KAJIAN TEORITIS

(Leckelt et al., 2018) telah mengembangkan model proses narsistik, Narcissistic Admiration and Rivalry Concept (NARC; Back et al., 2013). Menurut NARC, tujuan utama narsistik untuk mempertahankan keagungan diri dapat dijelaskan oleh dua sisi narsistik yang berbeda: Pertama, kekaguman narsistik dan, kedua, persaingan narsistik. Sedangkan kekaguman narsistik menunjukkan kecenderungan peningkatan diri yang asertif dan memerlukan karakteristik seperti perjuangan keunikan, persaingan narsistik menunjukkan kecenderungan perlindungan diri defensif dan memerlukan karakteristik seperti perjuangan supremasi.

Menurut (Rosenberg, 1965), *self esteem* merupakan sikap seseorang berdasarkan persepsi tentang bagaimana ia menghargai dan menilai dirinya sendiri secara keseluruhan, yang berupa sikap positif atau negatif terhadap dirinya. Selain itu, (Mruk, 2006) mengatakan bahwa

self esteem yaitu sebagai suatu rangkaian sikap individu tentang apa yang dipikirkan mengenai dirinya berdasarkan persepsi perasaan, yaitu suatu perasaan tentang keberhargaan dan kepuasan dirinya.

Dari dua definisi diatas maka dapat diambil hipotesa bahwa Individu yang memiliki *Self esteem* normal merupakan individu yang masih memiliki kesadaran untuk menerima dirinya dan memahami dirinya seperti apa adanya. Remaja dengan *Self esteem* yang rendah cenderung tidak yakin dengan kemampuan yang dimilikinya, dan akhirnya menyebabkan individu tersebut penuh dengan khayalan seperti, kesuksesan dan kekuasaan. Sehingga ingin tampak lebih baik lagi dengan cara sering meminta pujian, perhatian atau komentar dari orang lain terkait penampilannya. Sehingga diketahui bahwa rendahnya *self esteem* seseorang dapat menyebabkan individu cenderung meminta pengaguman dan pemujaan diri dari orang lain atas penampilan dan kelebihan yang dimilikinya, dengan kata lain individu tersebut memiliki kecenderungan narsistik.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- Ho: Tidak ada hubungan antara Self esteem dengan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial SMA Negeri 51 Jakarta.
- Ha: Ada hubungan antara Self esteem dengan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial di SMA Negeri 51 Jakarta.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam suatu penelitian ilmiah merupakan hal yang penting untuk digunakan dalam memperoleh kebenaran menggunakan tata cara tertentu yang sistematis untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Penjelasan metode penelitian pada penelitian ini mencakup Identifikasi Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel Penelitian, Populasi Sampel dan Metode Pengambilan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Instrumen Penelitian.

a. Identifikasi variabel penelitian

Variabel yang digunakan :

1. Variabel bebas (*Independent Variable* atau IV) : *self esteem*
2. Variabel terikat (*Dependent Variable* atau DV) : Narsistik

b. Definisi operasional variabel penelitian

Definisi operasional variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Narsistik dan *Self esteem*

1. Narsistik

Narsistik merupakan suatu kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian selain itu juga tumbuh perasaan paling mampu maupun paling unik.

2. Self esteem

self esteem sebagai evaluasi yang dilakukan seseorang baik dalam cara positif maupun negatif terhadap suatu objek khusus yaitu diri.

c. Populasi dan sampel

1. Populasi

populasi dalam penelitian ini adalah remaja pengguna media sosial instagram di SMA Negeri 51 Jakarta. Jumlah populasi ini sebanyak 865 siswa yang terdiri dari kelas X, XI, dan XII di SMA Negeri 51 Jakarta.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini dengan jumlah sebesar 281 siswa di SMA Negeri 51 Jakarta di ambil berdasarkan standar dari table Krejcie dan Morgan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini ditemukan hubungan signifikan ke arah negatif antara Self Esteem dengan Kecenderungan Narsistik pada pengguna Media Sosial di SMA Negeri 51 Jakarta. Hubungan tersebut dapat dilihat dari nilai korelasi (r) adalah $-0,409$, dengan taraf signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 . Ini mengartikan bahwa semakin tinggi Self Esteem maka semakin rendah Kecenderungan Narsistik, sebaliknya jika semakin rendah Self Esteem maka semakin tinggi Kecenderungan Narsistik sebesar $0,383$ atau $38,3\%$ sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosenberg (2013) Kecenderungan Narsistik Fear Of Missing Out dalam keterkaitannya dengan Self Esteem begitu pula sebaliknya.

TABEL 1. Kategorisasi *self esteem*

Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Presentase
Rendah	$X < 46.67$	36	2.7 %
Sedang	$46.67 \leq X \leq 73.33$	172	72.7 %
Tinggi	$X > 73.33$	73	24.7 %
	Total	281	100%

Hasil penelitian ini juga menunjukkan pada data analisis deskriptif variabel, bahwa 281, Responden terdapat 73 Responden dengan Self esteem tinggi dengan persentase 24.7% , kemudian 172 Responden memiliki Self esteem yang sedang dengan persentase 72.7% dan 36 Responden memiliki Self esteem yang rendah dengan persentase 2.7%, Hasil kategori tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar siswa di SMA Negeri 51 Jakarta, yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat self esteem di sosial media yang berada dalam kategori sedang. Kemudian hasil dari kecenderungan narsistik bahwa dari 281 Responden terdapat 59 Responden dengan persentase 11.3% memiliki Kecenderungan Narsistik yang tinggi, 152 Responden dengan persentase 57.3% memiliki Kecenderungan Narsistik, yang sedang dan 70 Responden dengan persentase 31.3% memiliki Kecenderungan Narsistik yang rendah. Hasil kategorisasi tersebut memperlihatkan bahwa sebagian siswa SMA Negeri 51 Jakarta yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat Kecenderungan Narsistik yang berada dalam kategori sedang.

Tabel 2. Batas Kategorisasi Kecenderungan Narsistik

Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Presentase
Rendah	$X < 46.67$	70	31,3%
Sedang	$23.33 \leq x \leq 36.67$	152	57,3%
Tinggi	$X > 23.33$	59	11,3%
Total		281	100%

Berdasarkan hasil korelasi “Hubungan antara Self elteem dengan kecenderungan Narsistik Pada Pengguna sosial media Di SMA Negeri 51 Jakarta”, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Vazire dan Founder (dalam, Kaufman, 2011) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi narsistik adalah rendahnya Self esteem.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis statistic yang telah dilakukan dan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti membuat kesimpulan mengenai hubungan antara Self esteem dengan Kecenderungan Narsistik pada pengguna Media Sosial di SMA Negeri 51 Jakarta. diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan ke arah negatif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi Self esteem pengguna Instagram di SMA Negeri 51 Jakarta maka

Kecenderungan Narsistik semakin rendah begitu pula sebaliknya semakin tinggi Kecenderungan Narsistik maka Self image semakin rendah.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran berupa saran teoritis dan saran praktis dengan harapan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik.

1. Saran teoritis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Peneliti menyarankan beberapa hal yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yaitu :

- a. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode yang berbeda serta variabel yang berbeda untuk meneliti tentang Kecenderungan Narsistik mengingat penelitian tentang Kecenderungan Narsistik masih terbatas.
- b. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian ini pada sampel yang lebih besar.

2. Saran praktis

Saran praktis yang terkait dengan hasil penelitian ini, yaitu :

- a. Berdasarkan hasil kategorisasi di dapatkan bahwa Self esteem dan Kecenderungan Narsistik pada pengguna Sosial Media di SMA Negeri 51 Jakarta, termasuk dalam kategori sedang. Diharapkan dapat menggunakan Sosial media dengan bijaksana dan mempertimbangkan dampak negatif dari Kecenderungan Narsistik.
- b. Peneliti juga menyarankan bagi pengguna Sosial media di SMA Negeri 51 Jakarta, untuk mengurangi waktu dalam mengakses Instagram dan fokus memprioritaskan aktivitas di Real Life

DAFTAR REFERENSI

- Campbell, W. K., Rudich, E. A., & Sedikides, C. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(3), 358–368.
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). It's all about me: Narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351–386.
- Leckelt, M., Wetzell, E., Gerlach, T. M., Ackerman, R. A., Miller, J. D., Chopik, W. J., Penke, L., Geukes, K., Küfner, A. C. P., & Hutteman, R. (2018). Validation of the Narcissistic Admiration and Rivalry Questionnaire Short Scale (NARQ-S) in convenience and representative samples. *Psychological Assessment*, 30(1), 86.
- Mruk, C. J. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem*. Springer Publishing Company.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg self-esteem scale (RSE). *Acceptance and Commitment Therapy. Measures Package*, 61(52), 18.