

## KETERKAITAN MINAT SELFIE DENGAN KEPERIBADIAN NARSISTIK DAN HARGA DIRI PADA REMAJA

Nahemia Dito Hendrata<sup>1</sup>, Laurentius Purbo Christianto<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi

Universitas Katolik Widya Mandala Madiun

1nahemiadito4@gmail.com, 2purbo.chrisianto@gmail.com

**Abstraksi.** Penelitian bertujuan untuk mengetahui keterkaitan minat selfie dengan kepribadian narsistik dan harga diri (self esteem) pada mahasiswa. Minat selfie merujuk pada ketertarikan untuk mengambil foto diri sendiri lalu mengunggahnya ke media sosial. Kepribadian narsistik merujuk pada seseorang yang menganggap dirinya lebih istimewa dibandingkan orang lain. Sampel penelitian diambil dengan metode bola salju. Responden penelitian berjumlah 48 orang mahasiswa Unika Widya Mandala Madiun. Usia responden berada di masa remaja madya hingga masa remaja akhir. Analisis korelasi product moment menunjukkan bahwa hubungan antara minat selfie dengan harga diri mahasiswa memiliki arah negatif, atau dengan kata lain minat yang tinggi terhadap selfie beriringan dengan harga diri yang rendah. Hubungan antara minat selfie dengan kepribadian narsistik memiliki arah positif, atau dengan kata lain minat yang tinggi terhadap selfie beriringan dengan kecenderungan narsistik yang semakin tinggi. Walaupun begitu penelitian memperlihatkan bahwa tidak ada keterkaitan antara minat selfi dengan kepribadian narsistik dan harga diri.

**Kata Kunci:** minat selfie, kepribadian narsistik, self esteem.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mengakibatkan pengaruh yang besar pada kehidupan manusia. Teknologi telah memunculkan perilaku-perilaku populer yang umum dan menjadi budaya baru manusia. Selfie adalah salah satu fenomena dalam kemajuan teknologi internet, handphone, gawai, dan perangkat media sosial.

*Oxford English Dictionary* telah secara resmi memasukkan kata selfie dalam kamus. *Oxford English Dictionary* menjelaskan selfie sebagai “*A photographic self-portrait; esp. one taken with a smartphone or webcam and shared via social media*” (Nasrullah, 2015). Berdasarkan definisi tersebut maka dalam perilaku selfie ada dua hal utama yang dilakukan, yaitu perilaku mengambil foto diri sendiri dan perilaku mengunggah foto diri tersebut ke media sosial. Ratna (2016) mengungkapkan bahwa selfie adalah salah satu bentuk perilaku latah kekinian. Latah kekinian yang lain adalah perilaku update status di media sosial dan

perilaku mengkoleksi pakaian serta asesoris pakaian agar tidak salah kostum.

Ratna (2016) menyatakan bahwa perilaku latah kekinian dilakukan oleh anak muda. Generasi anak muda ini, dalam keterkaitan dengan perkembangan teknologi, kemudian disebut sebagai generasi *digital native*. Dewi dan Prabowo (2016) menjelaskan bahwa generasi *digital native* adalah generasi anak muda yang saat mulai belajar menulis sudah mulai mengenal internet. Secara lebih spesifik Dewi dan Prabowo (2016) menyatakan bahwa generasi *digital native* adalah anak muda yang berusia di bawah 24 tahun. Generasi *digital native* memiliki karakteristik khusus antara lain mereka sangat memperhatikan masalah identitas dan “keberadaan” mereka di dunia maya. Generasi *digital native* juga lebih terbuka dengan mengadopsi batasan perilaku pantas-tidak pantas yang lebih tipis. Mereka berani secara terbuka membicarakan atau mengunggah hal pribadi dan privat ke dunia maya.

Generasi *digital native*, dalam konteks teori psikologi perkembangan, tergolong dalam masa remaja. Perilaku latah kekinian, seperti perilaku selfie, dapat terjadi pada remaja, karena remaja memiliki karakteristik yang mendukung munculnya perilaku selfie di kalangan remaja. Menurut Ali dan Asrori (2014) remaja memiliki lima karakteristik umum yaitu, memiliki kegelisahan terkait harapan yang tinggi dengan kemampuan yang belum memadai, menghadapi berbagai pertentangan terkait proses pencarian jati diri, keinginan untuk berpetualang dan menjelajah yang besar, pengaruh teman sebaya yang kuat, dan adanya rasa ingin tahu yang begitu tinggi. Lima hal ini terkait dengan tahap perkembangan remaja yang ditandai dengan pencarian jati diri.

Penelitian *preliminary study* pada 4 orang mahasiswa Unika Widya Mandala Madiun, yang terdiri dari 3 orang perempuan dan 1 orang laki-laki menemukan bahwa mereka gemar melakukan selfie karena terpengaruh oleh teman sepermainan. Mereka tertarik melakukan selfie karena teman mereka juga melakukan selfie.

Temuan ini memperlihatkan bahwa di kalangan remaja konformitas begitu mempengaruhi perilaku remaja. Remaja melakukan selfie karena kelompok yang mereka ikuti juga melakukan selfie. Hal ini sesuai pandangan Sears (2004) bahwa konformitas terjadi apabila remaja menampilkan suatu perilaku karena dalam kelompoknya menampilkan perilaku tersebut. Taylor, dkk (2009) memaparkan bahwa konformitas terkait dengan lima aspek yaitu peniruan, penyesuaian, kepercayaan, kesepakatan, dan kesetiaan.

Nasrullah (2015) memaparkan beberapa alasan seseorang melakukan selfie. Pertama, karena selfie merupakan wujud dari eksistensi diri; kedua, selfie menandakan bahwa pelakunya adalah pribadi yang terbuka di media sosial; ketiga, selfie merupakan bentuk narsisme digital. Hal ini didukung oleh karakteristik media digital online yang pada derajat tertentu dapat membebaskan penggunanya dari

identitas keseharian mereka, yang mereka gunakan saat tatap muka secara langsung (Ardi, 2016).

Selfie pada remaja juga sering dikaitkan dengan kepribadian narsistik. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sarwono (2006) bahwa pada remaja madya (13-15 tahun) muncul kecenderungan narsistik. Selfie dan narsistik merupakan dua hal yang berbeda. Selfie adalah usaha seseorang untuk menghasilkan foto diri sendiri dan narsistik adalah bentuk dari suatu gangguan psikologi dimana mereka memiliki kecenderungan mencintai diri sendiri secara berlebihan. Meskipun berbeda, secara umum dimasyarakat berkembang pemahaman bahwa selfie adalah salah satu contoh perilaku narsistik.

Berdasarkan DSM-IV, atau *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders Fourth Edition Text Revision* (APA, 2000) diketahui terdapat 9 karakteristik penderita gangguan kepribadian narsistik. Karakteristik tersebut adalah merasa paling hebat, dimana seseorang merasa dirinya memiliki kemampuan dalam segala hal. Namun, pada kenyataannya orang tersebut tidak memiliki sesuaian antara potensi dan kompetensi dalam dirinya; merasa paling spesial dan unik, dimana seseorang percaya bahwa dirinya adalah orang spesial dan unik daripada orang lain; memiliki banyak dengan fantasi, khususnya fantasi akan kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan atau cinta sejati; memiliki kebutuhan dikagumi yang besar; merasa paling istimewa, sehingga merasa dirinya layak untuk diperlakukan secara istimewa atau khusus oleh orang lain; kurang empati, dimana seseorang memiliki rasa kepekaan dan kepedulian yang rendah; suka mengeksploitasi hubungan interpersonal, dimana seseorang berusaha mengetahui dirinya dengan cara mengeksploitasi hubungannya dengan orang lain; mudah merasa iri atau sebaliknya, dimana seseorang merasa iri pada orang lain atau menganggap bahwa orang lain iri kepadanya; dan bersikap angkuh, dimana seseorang merasa sombong akan dirinya kepada orang lain.

Lubis (dalam Apsari, 2012) mengemukakan beberapa faktor penyebab munculnya narsisme pada remaja. Faktor-faktor itu adalah faktor biologis, yang terkait dengan jenis kelamin, usia dan struktur fisik pada tubuh seseorang tersebut; faktor psikologis, yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan diri, harga diri (*self-esteem*) dan minat terhadap suatu objek tertentu; serta faktor sosial, yang berhubungan dengan tingkat penerimaan sosial terhadap dirinya maupun pengaruh teman atau kelompok sosial (*konformitas*). Clarke (2014) juga memaparkan faktor yang mempengaruhi perilaku narsis pada remaja salah satunya adalah harga diri. Secara tidak langsung perilaku narsis memperlihatkan seberapa besar harga diri (*self-esteem*) yang dimiliki remaja. *Self-esteem* menurut Santrock (2007) merujuk pada penilaian positif seseorang untuk dirinya. *Self-esteem* adalah evaluasi diri yang bersifat global, yang mencerminkan persepsi tentang diri yang tidak selalu sama dengan kenyataan. Barry, Frick, dan Killian (2003) menemukan adanya keterkaitan narsistik dengan *self-esteem* dimana narsisme pada remaja yang tinggi berkaitan dengan harga diri mereka yang rendah. Pendapat lain dikemukakan oleh Zywica dan Danowsky (2008) yang mengatakan bahwa orang yang memiliki *self-esteem* rendah cenderung mudah mengungkapkan informasi dirinya kepada orang asing secara bebas di media sosial. Hal berbeda justru diungkapkan oleh Sarwono (2012) yang memandang bahwa narsis merupakan salah satu bentuk perilaku remaja karena memiliki harga diri tinggi. Harga diri yang tinggi pada remaja dicerminkan sebagai bentuk superioritas mereka terhadap orang lain dan termotivasi untuk terus mempertahankan superioritas tersebut.

Remaja yang memiliki derajat tinggi akan anonimitas cenderung leluasa berhubungan sosial atau bahkan mengungkapkan privasinya di media sosial. Mereka merasa dibebaskan dari tanggung jawab sosial di kehidupan nyata (Suler, 2004). Ardi (2016) menyatakan bahwa remaja lebih nyaman dan

bebas mengungkapkan diri serta informasi pribadi di media sosial daripada melalui tatap muka yang dapat membuat mereka merasa minder. Hurlock (1980) berpendapat bahwa remaja cenderung menggunakan media sosial (menggunakan internet) untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada orang lain. Perilaku yang ditunjukkan oleh remaja tersebut sebagai bagian dari kecenderungan narsistik. Mereka dengan senang hati menunjukkan identitas dirinya melalui foto, simbol status, barang-barang yang dimiliki atau bahkan keadaan tubuh dengan harapan mendapatkan respon positif dari orang lain. Remaja yang kecanduan respon atau komentar positif akan berusaha untuk menunjukkan identitas dirinya. Mengunggah apapun yang berkaitan dengan dirinya secara berulang ulang merupakan bentuk usaha mereka untuk mendapatkan ataupun mempertahankan komentar positif yang didapatkan sebelumnya. Kecenderungan untuk mengungkapkan diri secara aktif di media sosial, secara teori kompensasi, juga dapat dipandang sebagai bentuk dari kompensasi atas ketidakmampuan mereka dalam pemuasan kebutuhan sosial yang lebih akrab di kehidupan sosial secara langsung (Ardi, 2016).

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melihat keterkaitan minat selfie pada remaja dengan kepribadian narsistik dan *self-esteem* remaja. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan antara minat selfie dengan kepribadian narsistik dan *self-esteem* remaja.

#### **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional dilakukan dengan tujuan melihat hubungan antar variabel dalam penelitian.

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu satu variabel bebas dan 2 variabel terikat. Variabel bebas adalah minat selfie. Minat selfi adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan foto diri secara mandiri dan kemudian mengunggahnya ke media sosial.

Variabel terikat penelitian adalah kepribadian narsistik dan self-esteem. Kepribadian narsistik adalah kecenderungan orang untuk melakukan perilaku narsistik seperti karakteristik narsistik yang tertulis di DSM IV –TR (APA, 2000). Self-esteem merujuk pada penilaian positif individu secara global tentang diri mereka.

Responden penelitian terdiri dari 48 orang mahasiswa Unika Widya Mandala Madiun. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik bola salju. Usia responden masuk dalam kategori remaja madya hingga remaja akhir (15 – 21 tahun).

Data penelitian diambil dengan menggunakan kuesioner. Instrumen yang digunakan adalah Skala Minat Selfie, Skala kepribadian narsistik, dan Skala Self-esteem. Skala Minat Selfie dan Skala Kepribadian Narsistik diadaptasi dari Skala Minat Selfie dan Skala kepribadian Narsistik yang dibuat oleh Rumaisa, Riyanti, dan Anshori (2015). Skala Self-esteem menggunakan skala self-esteem Rosenberg (Azwar, 2003). Berdasarkan hasil uji coba skala, diketahui bahwa estimasi reliabilitas, berdasarkan nilai *cronbach alpha*, untuk Skala Minat Selfie sebesar 0,952 dan untuk Skala Kepribadian Narsistik sebesar 0,888. Nilai estimasi validitas untuk Skala minat Selfie berkisar antara 0,353 – 0,776 dan untuk Skala kepribadian Narsistik antara 0,368 – 0,666.

Data dianalisis dengan metode korelasi *product moment pearson*. Analisis ini dilakukan setelah uji normalitas data yang memperlihatkan bahwa semua data di setiap variabel terdistribusi normal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik deskriptif memperlihatkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat selfie dalam kategori sedang, memiliki kecenderungan narsistik dalam kategori sedang, dan memiliki tingkat *self esteem* yang sedang. Frekuensi responden berdasarkan kategorisasi skor empirik dapat dilihat di tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif dapat dilihat pada tabel 2.

Hasil analisis korelasi *product moment pearson* menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara minat selfie dengan kepribadian narsistik dan self-esteem. Dengan kata lain, tidak terdapat hubungan antara minat selfie pada responden dengan kepribadian narsistik dan *self-esteem* mereka. Berdasarkan hasil ini dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian tidak diterima.

Dari analisis korelasi dapat diketahui arah hubungan antar variabel. Untuk Minat selfie dengan kepribadian narsistik memiliki arah hubungan positif. Arah ini mengandung maksud bahwa jika minat selfie semakin tinggi maka kecenderungan kepribadian narsistik juga semakin tinggi. Sebaliknya, jika minat selfie semakin rendah maka kecenderungan kepribadian narsistik juga semakin rendah.

Arah hubungan antara minat selfie dengan *self-esteem* dari analisis korelasi menunjukkan hubungan negatif. Hal ini mengandung arti bahwa semakin tinggi minat selfie, maka tingkat *self-esteem* semakin rendah. Dengan kata lain minat selfie yang tinggi pada responden akan diikuti dengan tingkat *self-esteem* yang rendah pada responden.

**Tabel 1.**  
**Frekuensi Responden Berdasarkan Kategorisasi Skor Emprik (%)**

	Rendah	Sedang	Tinggi
Minat Selfie	16,7	66,7	16,7
Kepribadian Narsistik	12,5	70,8	16,7
Self-esteem	12,5	70,8	16,7

**Tabel 2.**  
**Hasil Statistik Deskriptif**

	Rata-rata	Std. Deviasi
Minat Selfie	64,85	18,74
Kepribadian Narsistik	41,67	9,30
Self-esteem	22,67	4,25

**Tabel 3.**  
**Hasil Analisis Korelasi**

	Koefisien Korelasi	Sig. (2 tailed)
Minat Selfie - Narsistik	0,152	0,303
Minat Selfie - Esteem	-0,041	0,782

Penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata minat selfie tidak terkait dengan kepribadian narsistik dan self-esteem seseorang. Alasan seseorang melakukan selfie, seperti yang dikemukakan oleh Nasrullah (2015) dapat menjelaskan hal ini. Selfie tidak terkait dengan kecenderungan kepribadian narsistik, karena orang melakukan selfie bukan sebagai perilaku narsis, melainkan usaha mewujudkan eksistensi diri. Kepribadian narsis cenderung melihat diri sendiri secara spesial dibandingkan orang lain, sehingga pelaku narsistik kurang memiliki empati. Usaha mewujudkan eksistensi diri berbeda dengan narsistik. Orang dapat mengusahakan eksistensi dirinya tanpa harus menjadi pribadi yang narsistik.

Mengusahakan eksistensi diri juga bukan berarti memiliki self-esteem yang rendah. Memperjuangkan eksistensi diri adalah karakteristik seseorang di usia remaja. Mengusahakan eksistensi diri, pada remaja, sama halnya dengan usaha mencari jati diri. Mencari eksistensi diri dilakukan oleh remaja bukan karena mereka tidak memiliki self-esteem yang cukup, tetapi karena mereka

sedang dalam proses menemukan diri mereka. Nasrullah (2015) juga menjelaskan bahwa selfie dilakukan oleh seseorang sebagai wujud dari sosok pribadi yang terbuka. Hal ini menggambarkan bahwa memang perilaku selfie pada remaja tidak serta merta terkait dengan sesuatu yang buruk seperti gangguan kepribadian narsistik dan self-esteem yang rendah. Remaja melakukan selfie karena, karakteristik remaja sebagai bagian dari generasi *digital native*, adalah terbuka terhadap perubahan.

Konformitas juga dapat digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian ini. Minat selfie tidak terkait dengan kepribadian narsistik dan self-esteem karena minat selfie juga dipengaruhi oleh perilaku konformitas remaja. Mereka melakukan selfie bukan karena memiliki harga diri yang rendah atau memiliki kecenderungan kepribadian narsistik, melainkan sebagai bentuk kesetiakawanan mereka terhadap teman sebaya satu kelompok. Selfie dilakukan karena teman satu kelompoknya juga melakukan selfie.

Hasil penelitian juga dapat dijelaskan dengan teori kompensasi, yang mengatakan bahwa

aktifitas seseorang di media sosial merupakan kompensasi dari belum maksimalnya relasi seseorang di dunia nyata. Berdasarkan hal ini dapat tergambar bahwa seseorang aktif melakukan selfie, bukan karena harga dirinya rendah atau cenderung narsis, melainkan karena ia perlu memperjuangkan relasinya dengan orang lain yang kurang di dunia nyata.

### SIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa minat selfie pada remaja tidak terkait dengan

kecenderungan kepribadian narsistik dan self-esteem mereka. Hubungan minat selfi dengan kepribadian narsistik memiliki arah positif, sedangkan hubungan minat selfie dengan self-esteem memiliki arah negatif. Selfie tidak dilakukan karena remaja memiliki self-esteem yang rendah atau cenderung memiliki kepribadian narsistik, melainkan dilakukan karena remaja berusaha mewujudkan eksistensi diri mereka dan terbuka terhadap hal baru.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., & Asrori, M. (2014). *Psikologi Remaja. Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders Fourth Edition Text Revision, DSM-IV-TR*. Arlington V A: American Psychiatric Association.
- Apsari, F. (2012). *Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merk Asing Pada Pria Metroseksual*. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Sahid Surakarta.
- Ardi, R. (2016). Anonimitas dan Pemenuhan Kebutuhan Psikososial melalui Pengungkapan Diri di Media Sosial. dalam *Psikologi dan Teknologi Informasi. Seri Sumbangan Pemikiran Psikologi Untuk Bangsa 2*. (Ed) Utama, S.A., Abraham J., Susana T., Alfian, I.N., & Supratiknya A. Jakarta: Himpunan Psikologi Indonesia.
- Azwar, S. (2003). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berry, C.T., Frick, P.J., & Killian, A.L. (2003). The relation of narcissism and self esteem to conduct problems in children: a preliminary investigation. *J Clin Child Adolesc Psychol*. 32(1): 139-52.
- Dewi, M. P., & Prabowo, H. (2016). Kepatutan Sosial Penelitian Mahasiswa Psikologi Generasi Digital. dalam *Psikologi dan Teknologi Informasi. Seri Sumbangan Pemikiran Psikologi Untuk Bangsa 2*. (Ed) Utama, S.A., Abraham J., Susana T., Alfian, I.N., & Supratiknya A. Jakarta: Himpunan Psikologi Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hurlock, E. B. (19809). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang rentang kehidupan, Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Ratna, J. M. J. (2016). Fenomena Kekinian dan Potensi Masalah Kejiwaan. dalam *Psikologi dan Teknologi Informasi. Seri Sumbangan Pemikiran Psikologi Untuk Bangsa 2*. (Ed) Utama, S.A., Abraham J., Susana T., Alfian, I.N., & Supratiknya A. Jakarta: Himpunan Psikologi Indonesia.

- Rumaisa, Arianti, R., & Anshori, H. (2015). *Hubungan minat Selfie terhadap kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada siswa – siswi di SMPN 7 kelas VIII Banjarmasin*. Laporan Penelitian. Pusat Penelitian dan Penerbitan, Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Sarwono, S. W. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali.
- Sarwono, S. W., & Meinarso, A. E. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sears, D.O. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*. 7(3): 321-326.
- Taylor, S.E., Peplau, L.A & Sears, D.O. 2009. *Psikologi Sosial Edisi XII*. Jakarta: Kencana
- Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The Faces of facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting facebook and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meaning of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 14 (2008) 1-34.