

## **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP KECENDERUNGAN NARSISME PADA MAHASISWA TINGKAT I PROGRAM STUDI S-1 FARMASI FAKULTAS FARMASI DAN ILMU KESEHATAN UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA**

**Sri Ramadhani<sup>1)</sup>, Sinarsi Meliala<sup>2)</sup>, Laksana Tobing<sup>3)</sup>, Epafroditus Sibuea<sup>4)</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Psikologi, Fakultas Farmasi Dan Ilmu Kesehatan

Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email : [ramadhanisyarifin@gmail.com](mailto:ramadhanisyarifin@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This study aims to examine whether there is an influence of the use of Instagram social media on narcissistic tendencies carried out by students in the Bachelor of Pharmacy study program at Sari Mutiara Indonesia University in Medan. This study uses a quantitative approach. Data collection was conducted at the Sari Mutiara Indonesia University in Medan. The research subjects were students of Sari Mutiara Indonesia University in Medan with a sample of 42 people. The sampling technique of this study was purposive sampling. Data collection tool in the form of Instagram social media scale and narcissistic tendency scale. Test the validity of the instrument using the Corrected Item-Total Correlation test. Instrument reliability test was calculated using Alpha Cronbach formula. Data analysis uses a simple regression technique to test hypotheses with a significance value of 5%. The results showed that there was an influence between the use of Instagram social media on narcissistic tendencies in the students of the Bachelor of Pharmacy study program at Sari Mutiara Indonesia University Medan in the amount of 14.9%. The regression line equation is  $Y = 58,440 + 1,115 X$ . The conclusion of this study is that the use of Instagram social media for undergraduate students of Pharmacy Program at Mutiara Mutiara University in Medan Medan is in the high category, narcissistic tendency in the students of the S-1 Pharmacy Study Program at Sari Mutiara University Indonesia Medan is in the low category.*

**Keywords:** *Instagram social media, narcissistic tendencies*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi saat ini, memberikan dampak nyata bagi kehidupan manusia. Manusia semakin di mudahkan dengan sarana dan prasarana yang canggih baik transportasi, telekomunikasi maupun informasi melalui media elektronik. Hal ini membawa manusia pada kemudahan dan kepraktisan hidup yang tidak terbayangkan pada

peradapan sebelumnya. Apalagi sekarang ada internet sebagai media informasi dan juga merupakan media komunikasi yang sangat banyak peminatnya di seluruh belahan dunia. Internet memberi kemudahan dalam berkomunikasi maupun mencari informasi. Media jejaring sosial pada saat ini sangat mempermudah penggunaanya dengan adanya *smartphone* yang dapat mengakses layanan-layanan di internet. Jika ditinjau lebih spesifik lagi,

saat ini terdapat jenis-jenis jejaring sosial berbentuk sebuah aplikasi yang menggolongkan fitur-fitur yang dikhususkan, misalnya jejaring sosial mengirimkan pesan langsung atau lebih sering dikenal dengan sebutan *chat*, jejaring sosial yang memiliki fitur audio visual, jejaring sosial mengirimkan pesan langsung dan rekam suara, bahkan saat ini ada juga jejaring sosial yang menyajikan fitur layanan pengunggahan gambar atau foto yang ditujukan kepada pengguna-pengguna jejaring sosial yang juga memiliki aplikasi tersebut salah satunya adalah *Instagram*.

Menurut Atmoko (dalam Utari Monica, 2017), bahwa *Instagram* adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarkan di jejaring sosial, termasuk pemilik *instagram* sendiri. Satu filter yang unik di *instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera *kodak instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umumnya digunakan oleh kamera pada pranti bergerak.

Menurut Kernan (dalam Saminnurahmat Karso, Hikmat, dkk 2017)

bahwa “Penampilan diri terutama di hadapan teman-teman sebaya merupakan petunjuk yang kuat dari minat remaja dalam sosialisasi”. Remaja mengaktualisasikan minatnya terhadap penampilan diri secara berlebihan memiliki kecenderungan narsis, namun biasanya memiliki permasalahan dengan kepercayaan diri.

Hal ini didukung oleh Halgin (dalam Saminnurahmat Karso, Hikmat, dkk 2017), menjelaskan bahwa mereka memiliki penghargaan yang berlebihan terhadap kehidupan mereka sendiri dan terus merasa kesal terhadap orang lain yang mereka rasa lebih sukses, cantik, dan cerdas.

Peneliti melihat banyak kalangan Mahasiswa sekarang menggunakan banyak gadget hanya untuk kesenangan dan hanya untuk menghibur diri mereka sendiri. Di Universitas Sari Mutiara Indonesia khususnya Mahasiswa tingkat I Program Studi S-1 Farmasi Fakultas Farmasi dan Ilmu Kesehatan, mereka menggunakan media sosial yaitu *instagram* hanya untuk kesenangan dan kepuasan mereka agar ingin dilihat oleh banyak pengikutnya di akun *instagram* tersebut. Apalagi *instagram* sekarang menjadi sangat populer kalangan remaja.

Bahkan bukan hanya remaja, anak-anak sampai dewasa pun sudah banyak memiliki akun *instagram*. Dengan fitur atau aplikasi yang di *instagram*, pengguna *instagram* merasa puas dalam menggunakannya. Tetapi lebih banyak dikalangan remaja/mahasiswa sekarang di Universitas Sari Mutiara Indonesia khususnya Mahasiswa tingkat I Program Studi S-1 Farmasi menggunakan *instagram* hanya untuk berfoto *selfie* dan membuat video-video yang lucu, gokil, aneh, dan mereka juga memakai *hashtag* dan *nge-tag* lokasi dimana mereka berfoto ataupun video setelah itu di *upload* supaya dilihat banyak orang dan mendapatkan *like* dan komentar. Dengan banyaknya *like* dan komentar mungkin mereka menganggap mereka sudah tenar dan sudah merasa puas. Peneliti juga melihat bahwa setiap postingan mereka yang ada di *instagram* terlihat sudah berlebihan. Ada yang berfoto dengan ditambahin fitur2 wajah yang sangat aneh, ada yang membuat video-video menari dengan fitur aplikasi yang ditambahkan musik-musik, dan lain-lain. Dengan melakukan yang seperti itu, mahasiswa tersebut terlihat merasa ada kepuasan bagi mereka.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa Mahasiswa

tersebut. Berikut kutipan wawancara dengan Mahasiswa tingkat I Program Studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara berinisial B :

*“Instagram itu sudah menjadi hal biasa bagi saya. Saya sering menggunakan instagram hanya untuk berfoto selfie saja. Lalu saya posting. Tetapi saya selfie dengan foto yang menurut saya keren supaya dilihat sama pengguna instagram lainnya, dan saya juga wajib memakai tulisan hashtag di setiap postingan instagram supaya mengundang banyak komentar dipostingannya saya”*

(Komunikasi Personal, 24 April 2018)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu Mahasiswa tersebut menjadikan *instagram* hanya sebagai ajang *selfie* saja. Foto-foto yang dipostingnya adalah sebuah foto yang menurutnya paling keren, lalu di posting di akun *instagram*nya, dan memakai tulisan *hashtag* agar dapat mengundang banyak *follower* di akun di *instagram*nya. Individu yang narsis memiliki perasaan yang kuat bahwa dirinya adalah orang yang penting serta merupakan individu yang unik. Mereka merasa bahwa dirinya spesial dan berharap mendapatkan perlakuan yang

khusus pula (Fausiah Fitri & Julianti Widury 2006).

Kemudian berikut kutipan wawancara dari salah satu mahasiswa lainnya berinisial R:

*“Jadi saya memang punya instagram. Saya memakai instagram itu hanya untuk mengedit foto-foto saya. Sebelum saya edit, saya memilih foto yang dimana di foto itu saya berada di suatu tempat yang begitu bagus. Karena dengan adanya pemandangan di foto menjadi hal kebanggaan bagi saya. Supaya dilihat sama followers saya dan mendapatkan like dan komentar dari mereka semua”*

(Komunikasi Personal, 24 April 2018)

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tersebut menggunakan *instagram* hanya untuk mengedit foto se bagus mungkin dan harus foto didalam suatu pemandangan, lalu setelah itu di *upload* di akun *instagramnya*. Tujuannya mendapatkan *like* dan komentar dari para *followers* di akun *instagramnya* dan *followersnya* dapat melihat fotonya. Semakin banyak *followersnya* *like* postingannya, semakin ada kepuasan bagi dirinya dan membuatnya semakin narsis dalam menggunakan *instagram*. Orang yang narsis memiliki rasa bangga atau

keyakinan yang berlebihan terhadap diri mereka sendiri dan kebutuhan yang ekstrem akan pemujaan (Nevid S. Jeffrey, dkk 2005).

Kemudian berikut kutipan wawancara dari salah satu mahasiswa lainnya berinisial H:

*“Memang sih saya suka sekali memposting foto-foto di akun instagram saya. Saya lebih sering membuat *insta history* di akun instagram saya. Ketika saya bertemu dan reunion dengan teman lama di sebuah tempat, saya foto dengan teman-teman saya lalu saya *upload* di *history* instagram saya. Lalu ketika saya jumpa dengan artis, ya pasti saya foto dong dengan artis itu. Apalagi saya sangat fans dengan artis tersebut. Langsung saya buat *insta history* ataupun saya *upload* di akun instagram saya. Kalau saya hitung sih, saya buat *insta history* itu bisa sampai 10 kali dalam satu hari. Karena itu menjadi kepuasan bagi saya. Kan kalau *followers* atau pengguna akun *instagram* lainnya melihat *insta history* saya, kan saya merasa terpuaskan. Bisa juga menjadi nambah *followers* saya”*

(Komunikasi Personal, 24 April 2018)

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa tersebut terlihat narsis dalam menggunakan akun *instagramnya*. Sehingga setiap harinya Ia membuat *insta history* di akun *instagramnya* sebanyak 10 kali. Tujuannya supaya dia mendapatkan perhatian dari orang lain dan dari *followersnya* berupa komentar dan *like*. Orang yang narsis dapat membesarkan prestasi mereka dan berharap orang lain menghujani mereka dengan pujian. Mereka berharap orang lain melihat kualitas khusus mereka, bahkan saat prestasi mereka biasa saja, dan mereka menikmati bersantai di bawah sinar pemujaan. Mereka bersifat *self-absorbed* dan kurang memiliki empati pada orang lain (Nevid S. Jeffrey, dkk 2005).

Hal ini di dukung oleh Mehdizadeh (dalam Handayani Nanik, 2014), bahwa individu narsisme memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas, selalu asyik dan hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut kesenangan diri sendiri.

Penelitian terkait mengenai narsisme menurut Hartono (dalam Saminnurahmat Karso, Hikmat, dkk 2017), yaitu perilaku narsis di kalangan

remaja cenderung meningkat saat ini. Seperti halnya terjadi di Bondowoso, Selasa (1/3/2016). Seorang remaja asal Situbondo bernama Lutfi Yudianto (16) terjatuh ke dasar jurang di tepi Jalan Raya Arak–arak, Kabupaten Bondowoso. Lutfi terpeleset saat *selfie* di tepi tebing dengan kedalaman 150 meter.

Amelia (dalam Saminnurahmat Karso, Hikmat, dkk 2017), Di Jakarta, seorang siswa SMP bernama Agus Firmansyah (12) tewas akibat jatuh dari lantai 5 (lima) sebuah gedung kosong di Koja, Jakarta Utara. Agus jatuh karena terpeleset saat sedang *selfie* bersama teman-temannya. Insiden itu terjadi di Kantor Imigrasi Jakarta Utara, Koja, Jakut, pada Rabu (4/5 2016) malam.

Menurut Vaknin dalam Widiyanti(dalam Saminnurahmat Karso, Hikmat, dkk 2017), seseorang disebut narsis bila memiliki sedikitnya lima dari delapan tanda berikut : Memiliki perasaan *grandiose* (perasaan megah) dan *self-important*, dipenuhi dengan fantasi, merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial, memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, tidak memiliki rasa empati, perasaan iri, berperilaku arogan dan angkuh.

Dengan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis mengambil Judul Penelitian : **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kecenderungan Narsisme Pada Mahasiswa Tingkat I Program Studi S-1 Farmasi Fakultas Farmasi Dan Ilmu Kesehatan Universitas Sari Mutiara Indonesia”**.

## LANDASAN TEORI

### Media Sosial

#### 2.1.1 Pengertian Media Sosial

Andreas Kaplan dkk (dalam Agustina, 2016), mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Sementara jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Menurut Zarella (dalam Aditya Rangga, 2015), bahwa media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video *youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis. Hal ini didukung oleh McQuail (dalam Utari Monica, 2017), bahwa media sosial sendiri termasuk kategori media baru (*new media*). Media baru secara umum mengacu pada internet, terutama publik seperti berita *online*, iklan, penyiaran, aplikasi *broadcasting* (misalnya mengunduh musik), forum dan aktivitas diskusi, *world wide web*, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu. Lebih lanjut McQuail menyatakan bahwa karakteristik media baru menembus keterbatasan model berita cetak dan penyiaran dengan kemampuan *many to many conversation*, kemampuan penerimaan, perubahan dan distribusi obyek *cultural*, dislokasi tindakan komunikatif,

menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subyek modern ke dalam seperangkat mesin berjaringan.

### 2.1.2 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Cahyono Sugeng Anang 2010), jenis-jenis media sosial yaitu:

#### 1. Proyek Kolaborasi (*Collaborative Projects*)

Suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses oleh khalayak secara global. Ada dua sub kategori yang termasuk kedalam *collaborative project* dalam media sosial, yaitu:

a. *Wiki* adalah situs yang memungkinkan penggunanya untuk menambahkan, menghapus, dan mengubah konten berbasis teks.

Contoh : *wikipedia, wiki ubuntu-id, wakapedia*, dll.

b. Aplikasi *bookmark* sosial, yang dimana memungkinkan adanya pengumpulan berbasis kelompok dan *rating* dari

*link* internet atau konten media.

Contoh: *social bookmark (del.icio.us, stumblepon, digg, reddit, technorati, lintas berita, infogoe), writing (cerpenista, kemudian.com), reviews (amazon, goodreads, yelp).*

#### 2. Blog dan Mikroblog (*Blogs and Microblogs*)

*Blog dan mikroblog* merupakan aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk tetap posting mengenai pernyataan apapun sampai seseorang mengerti. *Blog* sendiri ialah sebuah *website* yang menyampaikan mengenai penulis atau kelompok penulis baik itu sebuah opini, pengalaman, atau kegiatan sehari-hari.

Contoh: *blog (blogspot, wordpress, multiply, livejournal, blogsme, dagdigdug, dll), mikroblog (twitter, tumblr, posterous, koprol, plurk, dll).*

#### 3. Konten (*Content*)

*Content communities* atau konten masyarakat merupakan sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik itu secara jarak jauh maupun dekat, berbagi seperti video, *ebook*, gambar, dan lain-lain.

Contoh: *image and photo sharing (flickr, photobucket, deviantart, dll)*, *video sharing (youtube, vimeo, mediafire, dll)*, *audio and music sharing (imeem, last.fm, sharemusic, multiply)*, *file sharing and hosting (4shared, rapidshare, indowebster.com)*.

#### 4. Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*)

Situs jejaring sosial merupakan situs yang dapat membantu seseorang untuk membuat sebuah profil dan kemudian dapat menghubungkan dengan pengguna lainnya, situs jejaring sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung menggunakan profil pribadi atau akun pribadinya.

Contoh: *Friendster, Facebook, LinkedIn, Foursquare, Myspace, Twitter, Line, Path, Instagram, Snapchat, Askfm* dll.

#### 5. *Virtual Game Worlds*

Dunia virtual, dimana mereplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya didunia nyata.

Contohnya game online: *travian, three kingdoms, second life, e-republik, world of warcraft*, dll.

### **Pengertian dan Sejarah Media Sosial Instagram**

Menurut Landsverk (dalam Utari Monica, 2017), menjelaskan bahwa nama *instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah



untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram. *Instagram* berdiri pada tahun 2010 perusahaan *BurbnInc.* merupakan sebuah teknologi *star-up* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya *Burbn,Inc.* sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam *HTML5 mobile* (*Hypertext Markup Language5*) namun kedua (*Chief Executive Officer*), Kevin Systrom dan juga Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama *Burbn*, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi *Burbn* yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam *iphone*, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya

mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya menjadi awal mulai munculnya media sosial *instagram*.

### **Aspek-aspek Media Sosial Instagram**

Aspek-aspek yang digunakan untuk penelitian ini berdasarkan pada pendapat ahli Atmoko (dalam Utari Monica, 2017), yang menyatakan aspek-aspek dari sebuah media sosial *instagram* yaitu :

#### 1. *Hastag*

Suatu label (*tag*) berupa kata yang diberikan awalan simbol tanda #. Fitur pagar (tanda pagar) ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto yang tersebar di *instagram* dengan label tertentu.

#### 2. *Lokasi/geotag*

*Smartphone* telah dilengkapi fitur geotag yang berguna untuk mengetahui lokasi tempat pengambilan gambar.

#### 3. *Follow*

Suatu sistem dengan menjadi mengikuti suatu akun

pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram.

4. *Share*  
Kejejaring sosial lain, juga tidak hanya dapat membaginya dalam instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya.
5. *Like*  
Sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain.
6. *Komentar*  
Bagian dari interaksi dalam *instagram* memberi komentar berupa saran, pujian atau kritikan.
7. *Mention*  
Menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto dan juga pada bagian komentar foto, bertujuan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang disinggung.

### 2.2.1 Pengertian Kecenderungan

Menurut Chaplin (dalam Dhianty Aulia Mizaany, 2016), menyatakan kecenderungan berasal dari kata *tendency* yang berarti satu set atau satu disposisi untuk bertingkah laku dengan satu cara tertentu.

Menurut Purwadarminta (dalam Dhianty Aulia Mizaany, 2016), kecenderungan merupakan keinginan, kesukaan hati untuk melakukan sesuatu. Kecenderungan dapat menimbulkan dasar kegemaran sesuatu. Kamus Besar Bahasa Indonesia juga mengartikan bahwa kecenderungan adalah kecondongan hati, kesudian ataupun keinginan untuk melakukan sesuatu.

### Pengertian Narsisme

Menurut Davison, dkk (dalam Dhianty Aulia Mizaany, 2016), narsisisme atau narsisme bukan istilah dari bahasa gaul. Ini adalah nama sebuah kelainan mental dan kepribadian. Perasaan cinta terhadap diri sendiri berlebihandisertai egoisme dan kesombongan. Penderitanya disebut narsisis. Cirinya merekabiasanya punya penilaian berlebih terhadap diri sendiri dan merasa sangat butuh diakui. Istilah narsis pertama diperkenalkan oleh

Havelock Ellis pada 1898, yang kemudian dikembangkan lagi dalam ilmu psikologi oleh Sigmund Freud. Katanarsis berasal dari sebuah mitologi Yunani kuno, tentang seorang pemuda tampan bernama Narsisus yang dikutuk mencintai bayangan wajahnya sendiri. Mitologi ini digunakan dalam psikologi pertama kalinya oleh bapak psikoanalisis, Sigmund Freud untuk menggambarkan individu-individu yang menunjukkan cinta diri yang berlebihan. Freud menamakan “*The Narsissist*” dan pelakunya disebut individu narsistik atau seorang narsis. Penderita narsis atau *narsistik* memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian.

#### **Aspek-aspek Kecenderungan Narsisme**

Menurut Vaknin (dalam Saminnurahmat Karso, Hikmat, dkk 2017), seseorang disebut narsis bila memiliki sedikitnya lima dari delapan tanda berikut :

1. Memiliki perasaan *grandiose* (perasaan megah) dan *self-important*
2. Dipenuhi dengan fantasi
3. Merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial

4. Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi
5. Mengeksploitasi hubungan interpersonal
6. Tidak memiliki rasa empati
7. Perasaan iri
8. Berperilaku arogan dan angkuh

#### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bersifat pengaruh, yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pada penelitian ini pengumpulan data juga dilakukan dengan menggunakan kuesioner dimana yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner Media Sosial *Instagram* dan kuesioner Kecenderungan Narsisme. Kuesioner tersebut berisi identitas subjek yang terdiri dari nama, jenis kelamin, usia dan berapa lama menggunakan *instagram*. Selain itu, kuesioner tersebut juga berisi skala *Likert*.

Validitas yang digunakan untuk menguji alat ukur dalam penelitian ini adalah validitas isi, yaitu salah satu tipe validitas yang menunjukkan sejauh mana

instrumen tersebut mencerminkan isi yang dikehendaki.

Uji validitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Person*, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap-tiap aitem dengan skor total dalam skala. *Teknik Alpha Cronbach* (Arikunto, 2006).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan tehnik analisa regresi sederhana yaitu untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial *instagram* sebagai variabel bebas terhadap kecenderungan narsisme sebagai variabel terikat

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat pengaruh, yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa tingkat I Program Studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia. Pada penelitian ini pengumpulan data juga dilakukan dengan menggunakan kuesioner dimana digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner media sosial *instagram* dan kuesioner kecenderungan narsisme.

Kuesioner tersebut berisi identitas subjek yang terdiri dari nama, jenis

kelamin, usia subjek, program studi, dan berapa lama menggunakan *instagram*.

Karena banyaknya responden dalam penelitian ini, maka kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, sehingga responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dalam penelitian ini, aspek yang diungkap yaitu beberapa indikator dari variabel media sosial *instagram* dan variabel kecenderungan narsisme.

Skala likert ini terdiri dari 4 alternatif jawaban. Adapun kriteria penilaiannya dengan 4, 3, 2, 1 untuk jawaban *favorable*, dan 1, 2, 3, 4 untuk jawaban *unfavourable* dengan memberikan tanda *ceklist* (√).

Pilihan Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Sering (SS) / Sangat Setuju (SS)	4	1
Sering (S) / Setuju (S)	3	2
Kadang-kadang (K) / Tidak Setuju (TS)	2	3
Jarang (J) / Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

**Ketentuan Skor Skala Likert**

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuesioner kepada subjek atau responden sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan dari pembuatan kuesioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin serta

hanya bisa memilih jawaban yang mendekati pilihan paling sesuai dengan yang dialaminya. Kuesioner penelitian tertutup memiliki prinsip yang efektif jika dilihat dengan sudut pandang peneliti sehingga jawaban responden dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

### Kuesioner

#### a. Media Sosial *Instagram*

Kuesioner ini dapat digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat

Aspek-aspek	Indikator	Aitem Favorable	Total
1. <i>Hastag</i>	Menemukan foto dan video yang tersebar di <i>instagram</i> dengan simbol (#)	10, 17, 33, 3, 26	5
2. Lokasi/ <i>geotag</i>	Mengetahui lokasi tempat pengambilan gambar	23, 12, 30, 8, 20	5
3. <i>Follow</i>	Mengikuti suatu akun pengguna lainnya dan memiliki pengikut <i>instagram</i>	35, 1, 22, 14, 34	5
4. <i>Share</i>	Membagikan foto dan video <i>instagram</i> ke media sosial lainnya	28, 4, 13, 31, 29	5
5. <i>Like</i>	Menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna <i>instagram</i> lainnya	2, 11, 21, 32, 5	5
6. Komentar	Memberikan berupa saran, pujian atau kritikan	27, 6, 15, 24, 7	5
7. <i>Mention</i>	Menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto dan video dan juga pada bagian komentar foto dan video	16, 19, 25, 18, 9	5
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>35</b>

memperoleh informasi yang relevan.

Bentuk aitem kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah aitem kuesioner tertutup dimana pernyataan/pertanyaan yang dicantumkan telah disesuaikan oleh peneliti. Alternatif jawaban yang disediakan bergantung pada pemilihan peneliti sehingga responden

pengaruh penggunaan media sosial *instagram* terhadap kecenderungan narsisme responden. Responden dalam penelitian ini dapat mengisi kuesioner ini dengan memilih pernyataan yang sesuai dengan yang dialami mereka. Penyusunan kuesioner ini menggunakan skala *likert* sehingga responden hanya perlu memilih

pernyataan antara jawaban sangat sering sampai dengan jawaban jarang. Adapun kisi-kisi kuesioner penggunaan media sosial instagram antara sebagai berikut :

*Blue Print Skala Media Sosial Instagram sebelum uji coba*

b. Kecenderungan Narsisme

Kecenderungan narsisme dapat digunakan

kecenderungan narsisme Mahasiswa tingkat I Program Studi S-1 Farmasi di Univeristas Sari Mutiara. Kuesioner.

tersebut berisi skala kecenderungan narsisme yang berbentuk skala *likert* dimana responden hanya perlu memilih pernyataan/pertanyaan antara sangat

Aspek-aspek	Indikator	Aitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1. Memiliki perasaan <i>grandiose</i> (perasaan megah) dan <i>self-important</i>	1. Melebih-lebihkan prestasi dan bakat	50, 20, 70	79, 69	5
	2. Tuntutan diri untuk diakui sebagai superior tanpa prestasi sepadan	40, 10, 80	59, 49	5
2. Dipenuhi dengan fantasi	1. Terobsesi akan ketenaran	60, 30, 1	39, 29	5
	2. Terobsesi dengan keindahan tubuh	11, 21, 31	19, 9	5
3. Merasa diri adalah individu yang khusus dan special	1. Merasa diri paling hebat dibanding orang lain	41, 51, 61	78, 68	5
	2. Hanya dapat bergaul dengan orang-orang khusus dengan <i>high status</i>	71, 2, 12	58, 48	5
4. Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi	1. Membutuhkan kekaguman yang berlebihan dari orang lain	22, 32, 42	38, 28	5
	2. Membutuhkan perhatian yang berlebihan dari orang lain	52, 62, 72	18, 8	5
5. Mengeksploitasi hubungan interpersonal	1. Memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuan sendiri	3, 13, 23	77, 67	5
	2. Mengeksploitasi hubungan dengan teman	33, 43, 53	57, 47	5
6. Tidak memiliki rasa empati	1. Tidak mau mengakui pilihan orang lain	63, 73, 4	37, 27	5
	2. Tidak dapat memahami perasaan orang lain	14, 24, 34	17, 7	5
7. Perasaan iri	1. Merasa iri kepada orang lain	44, 54, 64	76, 66	5
	2. Merasa bahwa orang lain iri terhadapnya (diri sendiri)	74, 5, 15	56, 46	5
8. Berperilaku arogan dan angkuh	1. Merasa lebih tahu dibandingkan dengan orang lain tentang suatu hal	25, 35, 45	36, 26	5
	2. Merendahkan orang lain	55, 65, 75	16, 6	5
<b>Jumlah</b>		<b>48</b>	<b>32</b>	<b>80</b>

untuk melihat seberapa besar setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

Adapun kisi-kisi kuesioner kecenderungan narsisme antara lain sebagai berikut :

*Blue Print Skala Kecenderungan Narsisme sebelum uji coba*

### **Uji Coba Instrumen**

Uji coba instrumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif guna menguji keabsahan dari instrumen yang digunakan. Pengujian dilakukan dengan cara melakukan penelitian uji coba baik dengan sampel yang sama maupun sampel yang berbeda namun dengan karakter yang sama. Sebagai hasil dari uji coba ini, akan diperoleh butir-butir soal instrumen yang tepat maupun yang kurang tepat sehingga dinyatakan gugur.

Pengujian instrumen dalam penelitian ini meliputi validitas dan realibilitas dari aitem kuesioner yang ada. Apabila butir soal yang ada tidak valid ataupun tidak reliabel, maka butir soal tersebut dinyatakan gugur. Apabila terdapat butir soal yang gugur karena valid maupun reliabel, maka peneliti harus dapat menggantinya dengan aitem yang baru.

### **Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Uji Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas Data**

#### **Uji Validitas**

Menurut Arikunto (2006) menyatakan validitas suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah validitas isi. Validitas isi merupakan sebuah instrumen menunjuk suatu kondisi sebuah instrumen yang disusun berdasarkan isi materi pelajaran yang dievaluasi. Oleh Karena materi yang diajarkan tertera dalam kurikulum maka validitas isi merupakan validitas kurikuler (Arikunto, 2006).

Validitas isi yang dimaksud adalah validitas yang diestimasi lewat *expert judgement*. *Expert judgement* dalam penelitian ini adalah dosen pembimbing yaitu orang yang dianggap ahli.

### Uji Daya Beda Aitem

Sebelum dilakukan uji reliabilitas terlebih dahulu dilakukan uji daya beda aitem. Daya beda suatu alat ukur dalam penelitian sangat diperlukan karena melalui daya beda aitem dapat diketahui sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki atau yang tidak memiliki atribut yang diukur (Azwar, 2006).

Daya beda suatu aitem diketahui lewat koefisien korelasi aitem total (*rix*). Kriteria pemilihan aitem berdasarkan aitem dalam penelitian ini menggunakan batasan  $rix \geq 0.30$ . Menurut Azwar (2006) bahwa batasan kriteria yang dapat digunakan dapat berkisar dari 0.25-0.30. Pengujian daya diskriminasi aitem pada skala dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan program statistik komputer versi 20.0.

### Uji Validitas Daya Aitem Skala Media Sosial Instagram uji coba

Berdasarkan uji coba skala media sosial *instagram* ini dilakukan pada 35 mahasiswa yang aktif dalam menggunakan *instagram*. Aitem yang diuji cobakan dalam skala media sosial *instagram* sebanyak 35 aitem yang memenuhi indeks diskriminasi ( $rix \geq 0.30$ ). Aitem-aitem yang dinyatakan tidak memenuhi indeks diskriminasi (tidak valid) sebanyak 10 aitem yaitu nomor 4, 13, 21, 22, 24, 28, 29, 32, 33, 35. Realibilitas yang diperoleh pada

skala media sosial *instagram* dengan *cronbach alphasebesar* 0,893 bergerak dari angka/nilai 0,305 - 0,761. Tabel 3.4 dan tabel 3.5 berikut adalah *blue print* skala media sosial *instagram* setelah uji coba sebagai berikut:

#### Blue Print Skala Media Sosial Instagram yang gugur setelah uji coba

Aspek-aspek	Indikator	Aitem Favorable	Aitem	
			Gugur	Sahih
1. <i>Hashtag</i>	Menemukan foto dan video yang tersebar di <i>instagram</i> dengan simbol (#)	10, 17, 33, 3, 26	1	4
2. <i>Lokasi/geotag</i>	Mengetahui lokasi tempat pengambilan gambar	23, 12, 30, 8, 20	-	5
3. <i>Follow</i>	Mengikuti suatu akun pengguna lainnya dan memiliki pengikut <i>instagram</i>	35, 1, 22, 14, 34	2	3



4. <i>Share</i>	Membagikan foto dan video <i>instagram</i> ke media sosial lainnya	28, 4, 13, 31, 29	4	1
5. <i>Like</i>	Menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna <i>instagram</i> lainnya	2, 11, 21, 32, 5	2	3
6. Komentar	Memberikan berupa saran, pujian atau kritikan	27, 6, 15, 24, 7	1	4
7. <i>Mention</i>	Menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto dan video dan juga pada bagian komentar foto dan video	16, 19, 25, 18, 9	-	5
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>10</b>	<b>25</b>

Realibilitas yang diperoleh pada skala kecenderungan narsisme dengan *cronbach alpha* sebesar 0,962 bergerak dari angka/nilai 0,300 – 0,784. Tabel 3.6 dan tabel 3.7 berikut adalah *blue print* skala media sosial *instagram* setelah uji coba sebagai berikut :

### Uji Validitas Daya Aitem Skala Kecenderungan Narsisme

Berdasarkan uji coba skala kecenderungan narsisme ini dilakukan pada 35 mahasiswa. Aitem yang diuji cobakan dalam skala kecenderungan narsisme sebanyak 80 aitem yang memenuhi indeks diskriminasi ( $r_{ix} \geq 0.30$ ). Aitem-aitem yang dinyatakan tidak memenuhi indeks diskriminasi (tidak valid) sebanyak 19 aitem yaitu nomor 4, 9, 10, 18, 19, 20, 21, 30, 33, 34, 36, 38, 49, 52, 56, 57, 59, 68, 76.

Aspek-aspek	Indikator	Aitem Favorable	Total
1. <i>Hashtag</i>	Menemukan foto dan video yang tersebar di <i>instagram</i> dengan simbol (#)	9, 15, 3, 21	4
2. Lokasi/ <i>geotag</i>	Mengetahui lokasi tempat pengambilan gambar	19, 11, 23, 7, 18	5
3. <i>Follow</i>	Mengikuti suatu akun pengguna lainnya dan memiliki pengikut <i>instagram</i>	1, 12, 25	3
4. <i>Share</i>	Membagikan foto dan video <i>instagram</i> ke media sosial lainnya	24	1
5. <i>Like</i>	Menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna <i>instagram</i> lainnya	2, 10, 4	3
6. Komentar	Memberikan berupa saran, pujian atau kritikan	22, 5, 13, 6	4
7. <i>Mention</i>	Menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto dan video dan juga pada bagian komentar foto dan video	14, 17, 20, 16, 8	5
<b>Jumlah</b>		<b>25</b>	<b>25</b>

**Blue Print Skala Kecenderungan Narsisme yang gugur setelah uji coba**

Aspek-aspek	Indikator	Aitem		Aitem	
		Favorable	Unfavorable	Gugur	Sahih
1. Memiliki perasaan <i>grandiose</i> (perasaan megah) dan <i>self-important</i>	1. Melebih-lebihkan prestasi dan bakat	50, 20, 70	79, 69	1	4
	2. Tuntutan diri untuk diakui sebagai superior tanpa prestasi sepadan	40, 10, 80	59, 49	3	2
2. Dipenuhi dengan fantasi	1. Terobsesi akan ketenaran	60, 30, 1	39, 29	1	4
	2. Terobsesi dengan keindahan tubuh	11, 21, 31	19, 9	3	2
3. Merasa diri adalah individu yang khusus dan special	1. Merasa diri paling hebat dibanding orang lain	41, 51, 61	78, 68	1	4
	2. Hanya dapat bergaul dengan orang-orang khusus dengan <i>high status</i>	71, 2, 12	58, 48	-	5
4. Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi	1. Membutuhkan kekaguman yang berlebihan dari orang lain	22, 32, 42	38, 28	1	4
	2. Membutuhkan perhatian yang berlebihan dari orang lain	52, 62, 72	18, 8	2	3
5. Mengeksploitasi hubungan interpersonal	1. Memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuan sendiri	3, 13, 23	77, 67	-	5
	2. Mengeksploitasi hubungan dengan teman	33, 43, 53	57, 47	2	3
6. Tidak memiliki rasa empati	1. Tidak mau mengakui pilihan orang lain	63, 73, 4	37, 27	1	4
	2. Tidak dapat memahami perasaan orang lain	14, 24, 34	17, 7	1	4
7. Perasaan iri	1. Merasa iri kepada orang lain	44, 54, 64	76, 66	1	4
	2. Merasa bahwa orang lain iri terhadapnya (diri sendiri)	74, 5, 15	56, 46	1	4
8. Berperilaku arogan dan angkuh	1. Merasa lebih tahu dibandingkan dengan orang lain tentang suatu hal	25, 35, 45	36, 26	1	4
	2. Merendahkan orang lain	55, 65, 75	16, 6	-	5
<b>Jumlah</b>		<b>48</b>	<b>32</b>	<b>19</b>	<b>61</b>

**Blue Print Skala Kecenderungan Narsisme**  
**setelah uji coba**

Aspek-aspek	Indikator	Aitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1. Memiliki perasaan <i>grandiose</i> (perasaan megah) dan <i>self-important</i>	1. Melebih-lebihkan prestasi dan bakat	37, 52	60, 51	4
	2. Tuntutan diri untuk diakui sebagai superior tanpa prestasi sepadan	28, 61	-	2
2. Dipenuhi dengan fantasi	1. Terobsesi akan ketenaran	43, 1	27, 22	4
	2. Terobsesi dengan keindahan tubuh	8, 23	-	2
3. Merasa diri adalah individu yang khusus dan special	1. Merasa diri paling hebat dibanding orang lain	29, 38, 44	59	4
	2. Hanya dapat bergaul dengan orang-orang khusus dengan <i>high status</i>	53, 2, 9	42, 36	5
4. Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi	1. Membutuhkan kekaguman yang berlebihan dari orang lain	15, 24, 30	21	4
	2. Membutuhkan perhatian yang berlebihan dari orang lain	45, 54	7	3
5. Mengeksplorasi	1. Memanfaatkan orang lain	3, 10, 16	58, 50	5

hubungan interpersonal	untuk mencapai tujuan sendiri			
	2. Mengeksplorasi hubungan dengan teman	31, 39	35	3
6. Tidak memiliki rasa empati	1. Tidak mau mengakui pilihan orang lain	46, 55	26, 20	4
	2. Tidak dapat memahami perasaan orang lain	11, 17	14, 6	4
7. Perasaan iri	1. Merasa iri kepada orang lain	32, 40, 47	49	4
	2. Merasa bahwa orang lain iri terhadapnya (diri sendiri)	56, 4, 12	34	4
8. Berperilaku arogan dan angkuh	1. Merasa lebih tahu dibandingkan dengan orang lain tentang suatu hal	18, 25, 33	19	4
	2. Merendahkan orang lain	41, 48, 57	13, 5	5
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>21</b>	<b>61</b>

**Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas instrumen menurut Arikunto (2006) dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan *teknik paralel* dan teknik ulang. Apabila peneliti ingin menggunakan teknik pertama yakni teknik paralel, peneliti mau

tidak mau harus menyusun dua stel instrumen. Kedua instrumen tersebut sama-sama diujicobakan kepada sekelompok responden saja (responden mengerjakan dua kali) kemudian hasil dari dua kali tes uji coba tersebut dikorelasikan dengan teknik korelasi *product moment* atau korelasi *person*.

Setelah kuesioner dibuat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 reliabel. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

keterangan:

r = koefisien reliability instrumen (*cronbach alpha*)

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2 = total\ varian\ sbutir$

$\sigma_t^2 = total\ varians$

## Prosedur Penelitian

Prosedur pelaksanaan dalam penelitian ini meliputi lima tahap, diantaranya:

### 1. Tahap persiapan penelitian

Dalam rangka pelaksanaan penelitian, penelitian mempersiapkan beberapa hal, diantaranya :

#### a. Rancangan alat dan instrumen penelitian

Pada tahap ini, alat ukur yang digunakan adalah untuk mengukur media sosial *instagram* dan kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia. Peneliti menentukan komponen berdasarkan teori yang diungkap, selanjutnya dibuatlah aitem-aitem yang mengungkap variabel tersebut. Pada saat pembuatan instrumen, peneliti meminta pertimbangan dari *expert judgement* yaitu dosen pembimbing dan orang yang ahli dalam penelitian ini.

- Selanjutnya melakukan seleksi aitem-aitem yang memenuhi syarat.
- b. Uji coba alat ukur  
Guna memperoleh alat ukur yang memiliki validitas dan reliabilitas, maka peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur penelitian.
  - c. Permohonan izin  
Sebelum peneliti melakukan pengambilan data, terlebih dahulu diawali dengan meminta izin kepada Rektor Universitas Sari Mutiara Indonesia.
2. Tahap pelaksanaan penelitian  
Pada tahap ini pelaksanaan penelitian direncanakan setelah disetujui seminar proposal dan penelitian dilakukan pada bulan juni 2018.
3. Tahap pengolahan data  
Sebelum melakukan analisis lebih lanjut peneliti melakukan beberapa hal yang berhubungan dengan data yang diperoleh dilapangan diantaranya kegiatanyang dilakukan pada tahap analisis data meliputi :
- a. Pemeriksaan kembali semua data yang terkumpul
  - b. Pemberian skor terhadap subjek penelitian
  - c. Tabulasi data hasil penskoran hingga rapi dan mudah dianalisis
  - d. Pengecekan data yang telah selesai dicetak dengan data yang sudah tertera pada lembar tabulasi
4. Analisis data  
Data yang diperoleh kemudian dilakukan analisa untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan korelasi *product moment* melalui bantuan program statistik komputer.
5. Tahap laporan  
Setelah dilakukan pengolahan dan analisa data maka langkah selanjutnya adalah memberikan laporan hasil penelitian untuk dapat diuji sebagai bahan uji tesis penelitian.

#### **Metode Analisis Data**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan analisis statistik. Pertimbangan penggunaan statistik dalam penelitian ini adalah:

1. Statistik bekerja dengan angka-angka
2. Statistik bersifat objektif

3. Statistik bersifat universal, artinya dapat digunakan hampir pada semuabidang penelitian

Metode analisa data menggunakan teknik korelasi *product moment*, dengan menggunakan bantuan program statistik komputer. Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi penelitian.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas data dalam penelitian menggunakan *SPSS for windows release 20.0* yang dilakukan dengan metode *Shapiro Wilk* untuk sampel  $<50$  (data normal bila  $\text{sig} > 0,05$ ) dengan bantuan program statistik.

### Uji Hipotesis

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul dalam penelitian dengan maksud untuk menguji hipotesis yang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Distribusi Frekuensi Responden

Analisa disrtibusi frekuensi karakteristik responden digunakan untuk

diajukan. Analisis data atau pengolahan data merupakan suatu langkah penting dalam suatu penelitian. Dalam suatu penelitian peneliti menggunakan analisis statistik dengan uji hipotesis melalui analisis regresi sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antar variabel. Apabila ada seberapa eratnya pengaruh serta berarti atau tidaknya pengaruh itu.

### Uji Linearitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel bebas (media sosial instagram) dan variabel terikat (kecenderungan narsisme) memiliki hubungan yang linear atau tidak. Uji linearitas dengan *test for linearity* pada taraf signifikan 0,05 dengan bantuan program statistic.

Data dikatakan linear jika nilai signifikansi linearitasnya  $< 0,05$ . Semua analisis dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *statistical package for social science (SPSS) versi 22 for windows*.

mengetahui karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, kelas/ruangan dan berapa lama menggunakan instagram.

**Distribusi Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	10	23.8
2	Perempuan	32	76.2
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100.0</b>

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 32 orang dari 42 responden.

**Distribusi Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Kelas/ruangan**

NO	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	18-19	35	83.3
2	20-21	7	16.7
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100.0</b>

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden berada pada rentan usia 18-19 tahun yaitu sebanyak 35 orang dari 42 responden

**Distribusi Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Instagram**

NO	Kelas/ruangan	Jumlah	Persentase (%)
1	1.1	17	40.5
2	1.2	11	26.2
3	1.3	14	33.3
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100.0</b>

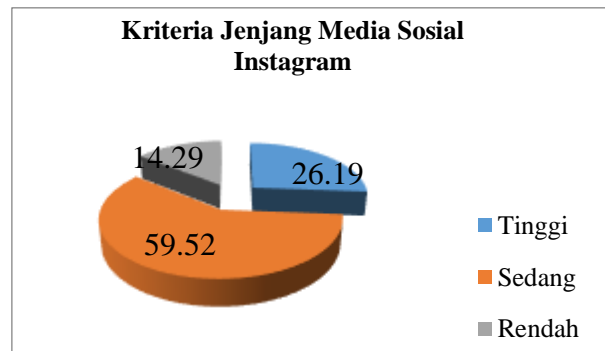
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden lama menggunakan instagram berada pada 4

tahun yaitu sebanyak 26 orang dari 42 responden

**Distribusi Frekuensi Media Sosial Instagram**

Untuk mencari distribusi frekuensi media sosial *instagram*, peneliti membagi kelas menjadi 3 kategori kelas (tinggi, sedang, rendah). Kuesioner menggunakan skala *likert* dan selisih jawaban nilai tertinggi 1-4 dan mean = 62,5 , SD = 12,5 , maka pengkategorian dapat dibuat berdasarkan ketentuan berikut :

**Kriteria Jenjang Media Sosial Instagram**



Kriteria Jenjang	Nilai	Frekuensi	Kategori	%
$X \geq \text{Mean} + 1 \text{ (SD)}$	$X \geq 75$	11	Tinggi	26,19
$X \geq \text{Mean} + 1 \text{ (SD)} > X \geq \text{Mean} - 1 \text{ (SD)}$	$75 > X \geq 50$	25	Sedang	59,52
$X < \text{Mean} - 1 \text{ (SD)}$	$X < 50$	6	Rendah	14,29

Responden yang menyatakan media sosial *instagram* berada pada

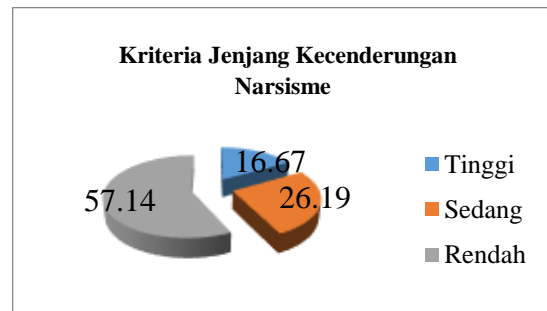
kategori ‘tinggi’ sebesar 11 orang pada persentase (26,19 %), sedangkan yang kategori ‘sedang’ adalah 25 orang pada persentase (59,52 %) dan untuk kategori ‘rendah’ adalah 6 orang pada persentase (14,29 %). Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial *instagram* mahasiswa tingkat 1 program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia berada pada kategori sedang.

### Distribusi Frekuensi Kecenderungan Narsisme

Untuk mencari distribusi frekuensi kecenderungan narsisme, peneliti membagi kelas menjadi 3 kategori kelas (tinggi, sedang, rendah). Kuesioner menggunakan skala *likert* dan selisih jawaban nilai tertinggi 1-4 dan mean = 152,5 , SD = 30,5 , maka pengkategorian dapat dibuat berdasarkan ketetapan berikut :

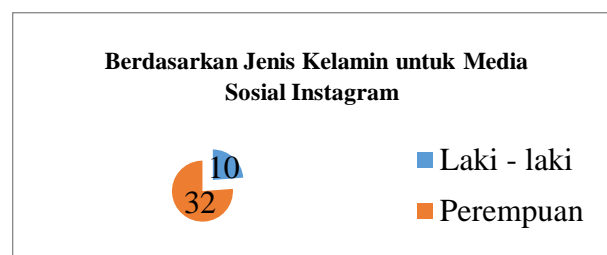
#### Kriteria Jenjang Kecenderungan Narsisme

Kriteria Jenjang	Nilai	Frekuensi	Kategori	%
$X \geq \text{Mean} + 1 \text{ (SD)}$	$X \geq 183$	7	Tinggi	16,67
$X \geq \text{Mean} + 1 \text{ (SD)} > X \geq \text{Mean} - 1 \text{ (SD)}$	$183 > X \geq 122$	11	Sedang	26,19
$X < \text{Mean} - 1 \text{ (SD)}$	$X < 122$	24	Rendah	57,14



Responden yang menyatakan kecenderungan narsisme berada pada kategori ‘tinggi’ sebesar 7 orang pada persentase (16,67 %), sedangkan yang kategori ‘sedang’ adalah 11 orang pada persentase (26,19 %) dan untuk kategori ‘rendah’ adalah 24 orang pada persentase (57,14 %). Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan narsisme mahasiswa tingkat 1 program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia berada pada kategori rendah.

Sementara itu berdasarkan perbedaan jenis kelamin dapat dilihat persentase media sosial *instagram* responden laki-laki dan perempuan pada diagram berikut :





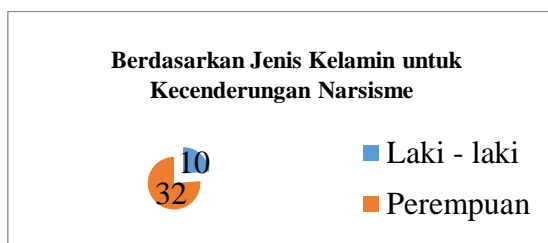
Berdasarkan diagram berikut dapat dijelaskan bahwa responden perempuan

### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Instagram	.067	42	.200*	.975	42	.483
Narsisme	.224	42	.000	.778	42	.000

sebanyak 32 orang berada pada *mean* 63,59 artinya media sosial *instagram* responden perempuan berada pada kategori sedang. Dan untuk responden laki-laki sebanyak 10 orang yang berada pada *mean* 72,5 artinya media sosial *instagram* responden laki-laki juga berada pada kategori sedang.

Sedangkan berdasarkan perbedaan jenis kelamin dapat dilihat persentase kecenderungan narsis meresponden laki-laki dan perempuan pada diagram berikut:



Berdasarkan diagram berikut dapat dijelaskan bahwa responden perempuan sebanyak 32 orang berada pada *mean* 172 artinya kecenderungan narsis meresponden perempuan berada pada kategori sedang.

Dan untuk responden laki-laki sebanyak 10 orang yang berada pada *mean* 118 artinya kecenderungan narsis meresponden laki-laki berada pada kategori rendah

### Hasil Uji Normalitas Data Menggunakan Shapiro Wilk

a. Lilliefors Significance Correction

\*. This is a lower bound of the true significance.

Uji normalitas dianalisis dengan menggunakan *Shapiro Wilk*, sebagai kriteria adalah apabila  $p > 0.05$  maka sebarannya dinyatakan normal, dan sebaliknya apabila  $p < 0,05$  maka sebarannya dinyatakan tidak normal. Berdasarkan analisis tersebut, maka diketahui bahwa :

1. Variabel media sosial *instagram* mengikuti sebaran normal yaitu berdistribusi dengan normal sesuai kurva normal, dimana nilai  $Sig = 0,483 > 0,05$ .
2. Variabel kecenderungan narsisme mengikuti sebaran normal yaitu berdistribusi dengan tidak normal sesuai dengan kurva normal,

dimana Sig = 0,000 < 0,05. Dari data dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi tidak normal dengan ketentuan  $P < 0,05$ , Artinya data dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

### Uji Linearitas

Uji linearitas hubungan dimaksudkan untuk mengetahui derajat hubungan variabel bebas terhadap variabel tergantung. Artinya apakah media sosial *instagram* dapat menerangkan timbulnya kecenderungan narsisme, dan dalam hal ini secara visualisasi dapat diterangkan dengan melihat garis linearitas, yaitu meningkatnya atau menurunnya nilai sumbu Y (kecenderungan narsisme)

Nilai	Interpretasi
0,0 – 0,20	Sangat Rendah
0,20 – 0,40	Rendah
0,40 – 0,60	Agak Rendah
0,60 – 0,80	Cukup
0,80 – 1,00	Tinggi

seiring dengan meningkatnya atau menurunnya nilai sumbu X (media sosial *instagram*).

Berdasarkan uji linieritas, dapat diketahui variabel bebas dengan variabel

tergantung dapat atau tidak dianalisis, sebagai kriteria apabila  $p > 0,050$  maka dinyatakan mempunyai derajat hubungan yang linear.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bebas (media sosial *instagram*) mempunyai hubungan yang linear terhadap variabel tergantung (kecenderungan narsisme) dengan nilai F linearity (10.187) > 0,050 maka dinyatakan mempunyai derajat hubungan yang linear

### Hasil Analisis Regresi Linear

Berdasarkan hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa  $R = 0,386$  berarti hubungan antara media sosial *instagram* dengan kecenderungan narsisme sebesar 38,6 %, artinya memiliki hubungan yang rendah. Semakin kecil nilai R berarti hubungannya semakin rendah.

Arikuto (2006) membagi nilai R dengan tabel yang menjelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut :

### Tabel 4.9 Hubungan Antar Variabel

R Square sebesar 0,149 berarti 14,9 % kecenderungan narsisme dipengaruhi oleh faktor media sosial *instagram*, sedangkan sisanya 85,1 %

dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

*Standard Error Of Estimated* atau yang biasa disebut standart deviasi yang mengukur variasi dari nilai yang diprediksi sebesar 38.04255. Angka-angka ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak digunakan statistik F (Uji F). Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika tingkat signifikan dibawah 0,05 maka hasil penelitian dikatakan signifikan. Berdasarkan output dibawah ini terlihat bahwa :

Tabel diatas mengungkapkan bahwa  $F_{hitung}$  adalah 7.020 dimana angka tersebut menunjukkan angka yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% . Kemudian tingkat signifikansinya sebesar  $0,011 < 0,05$ , artinya pada tingkat kepercayaan 95%  $H_0$  ditolak. Dengan demikian media sosial *instagram* secara

**Tabel 4.10 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 <sup>a</sup>	.149	.128	38.04255

signifikan mempengaruhi kecenderungan narsisme.

**Tabel 4.12 Analisis Regresi Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Kecenderungan Narsisme**

**Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	58.440	28.263		2.068	.045
Instagram	1.115	.421	.386	2.650	.011

a. Dependent Variable: Narsisme

**Tabel 4.11 ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10159.540	1	10159.540	7.020	.011 <sup>a</sup>
	Residual	57889.436	40	1447.236		
	Total	68048.976	41			

a. Predictors: (Constant), Instagram

b. Dependent Variable: Narsisme

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa konstanta (a) sebesar 58.440 sedangkan koefisien regresi (b) sebesar 1.115. Konstanta dan koefisien regresi tersebut dapat digunakan untuk membuat persamaan regresi estimasi. Persamaan regresi estimasi yang diperoleh dari perhitungan tersebut adalah :

$$Y = a + bX \text{ atau } Y = 58,440 + (1,115)X$$

Keterangan:

Y = Variabel yang di prediksi (kecenderungan narsisme)

X = Variabel predictor (media sosial *instagram*)

b = Bilangan konstanta (58,440)

a = Koefisien prediktor (1,115)

Nilai koefisien regresi (b) variabel media sosial *instagram* sebesar 1,115 yang bernilai positif menunjukkan bahwa media sosial *instagram* mempunyai pengaruh positif terhadap kecenderungan narsisme. Hal ini berarti bahwa semakin rendah media sosial *instagram*, maka semakin rendah kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia. Sebaliknya semakin tinggi media sosial *instagram*, maka semakin

tinggi kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia.

## 4.5 Mean Hipotetik Dan Mean Empirik

### 4.5.1 Mean Hipotetik

#### 1. Media Sosial *Instagram*

Jumlah butir yang dipakai dalam mengungkap media sosial *instagram* adalah sebanyak 25 butir yang diformat dengan skala Likert dalam 4 jawaban, maka mean hipotetiknya  $\{(25 \times 1) + (25 \times 4)\} : 2 = 62,5$

#### 2. Kecenderungan Narsisme

Jumlah butir yang dipakai dalam mengungkap kecenderungan narsisme adalah sebanyak 61 butir yang diformat dengan skala Likert dalam 4 jawaban, maka mean hipotetiknya adalah  $\{(61 \times 1) + (61 \times 4)\} : 2 = 152,5$

### 4.5.2 Mean Empirik

Mean empirik media sosial *instagram* adalah 65,71 , mean empirik kecenderungan narsisme adalah 131,69. Ini terlihat dari tabel dibawah ini :

a. Kriteria

1. Apabila mean hipotetik < mean empirik, maka dikatakan bahwa subjek penelitian memiliki penggunaan media sosial *instagram* yang tinggi atau subjek penelitian memiliki kecenderungan narsisme yang tinggi.
2. Apabila mean hipotetik > mean empirik, maka dikatakan bahwa subjek penelitian memiliki media sosial *instagram* yang rendah atau subjek penelitian memiliki kecenderungan narsisme yang rendah.

Pada tabel berikut ini merupakan rangkuman hasil perhitungan mean hipotetik dan mean empirik :

**Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik**

No	Variabel	Mean		Keterangan
		Hipotetik	Empirik	
1	Media Sosial <i>Instagram</i>	62,5	65,71	Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> pada mahasiswa program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia tinggi

**Tabel 4.13 Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Media Sosial <i>Instagram</i>	40			65.7143	14.12192
Kecenderungan Narsisme	40			131.6905	40.73980
Valid N	40				

2	Kecenderungan Narsisme	152,5	131,69	Kecenderungan Narsisme pada mahasiswa program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia rendah
---	------------------------	-------	--------	---

Berdasarkan perbandingan kedua mean diatas (mean hipotetik dan mean empirik) maka diketahui bahwa subjek penelitian :

- a. Memiliki penggunaan media sosial *instagram* yang cenderung tinggi (mean hipotetik 62,5 < mean empirik 65,71)
- b. Memiliki kecenderungan narsisme yang cenderung rendah (mean hipotetik 152,5 > mean empirik 131,69).

#### 4.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan juli 2018 di Universitas Sari Mutiara Indonesia, hasil analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana antara media sosial *instagram* dan kecenderungan narsisme diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,011 yang mana nilai tersebut kurang dari 0,05 atau  $p < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang diajukan diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara media sosial *instagram* terhadap kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi Farmasi S-1 Univeristas Sari Mutiara Indonesia.

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa media sosial *instagram* dapat memprediksi tingkat kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi Farmasi S-1 Univeristas Sari Mutiara Indonesia. Nilai  $R = 0,386$  menunjukkan hubungan antara variabel media sosial *instagram* dan kecenderungan narsisme. Nilai  $R$  Square = 0,149. Angka tersebut memiliki arti bahwa besarnya pengaruh media sosial *instagram* terhadap kecenderungan narsismeyaitu sebesar 14,9%, sedangkan sisanya 85,1 % dipengaruhi oleh faktor lain selain kecenderungan narsisme.

Penelitian lain yang mendukung hasil uji hipoteis pada penelitian ini dilakukan oleh Handayani Nanik (2014), yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi narsisme pada individu adalah kontrol diri, menyatakan individu yang memiliki kemampuan kontrol diri baik, mampu mengarahkan, membimbing dan membatasi perilakunya dengan memikirkan manfaat dan dampak yang ditimbulkan.

Mayoritas responden dengan jenis kelamin perempuan dari 42 responden memiliki angka tertinggi yaitu 32 responden dengan persentase 76,2 %. Sedangkan sampel dengan jenis kelamin laki-laki dari 10 responden memiliki angka terendah yaitu responden dengan persentase 23,8 %.

Mayoritas responden yang lama menggunakan *instagram* dari 42 responden berada pada 4 tahun memiliki angka tertinggi yaitu sebanyak 26 orang dari 42 responden dengan persentase sebanyak 61,9 %. Sedangkan responden yang lama menggunakan *instagram* berada pada 2 tahun memiliki angka terendah yaitu sebanyak 6 orang dari 42 responden dengan persentase sebanyak 14,3 %.

Responden yang menyatakan media sosial *instagram* berada pada kategori 'tinggi' sebesar 11 orang pada persentase (26,19 %), sedangkan yang kategori 'sedang' adalah 25 orang pada persentase (59,52 %) dan untuk kategori 'rendah' adalah 6 orang pada persentase (14,29 %). Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial *instagram* mahasiswa tingkat 1 program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia berada pada kategori sedang.

Responden yang menyatakan kecenderungan narsisme berada pada kategori 'tinggi' sebesar 7 orang pada persentase (16,67 %), sedangkan yang kategori 'sedang' adalah 11 orang pada persentase (26,19 %) dan untuk kategori 'rendah' adalah 24 orang pada persentase (57,14 %). Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan narsisme mahasiswa tingkat 1 program studi S-1 Farmasi Universitas Sari Mutiara Indonesia berada pada kategori rendah.

## KESIMPULAN Dan SARAN

### Kesimpulan

Media sosial *instagram* memiliki hubungan yang rendah terhadap kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi Farmasi S-1 Universitas

Sari Mutiara Indonesia. Ini ditunjukkan dari nilai  $R = 0,386$ , berarti hubungan media sosial *instagram* terhadap kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi Farmasi S-1 Universitas Sari Mutiara Indonesia sebesar 38,6 %.

Kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi Farmasi S-1 Universitas Sari Mutiara Indonesia dipengaruhi oleh media sosial *instagram* sebesar 14,9 %, sedangkan sisanya 85,1 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Ini ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,149.

Ada hubungan yang signifikan antara media sosial *instagram* terhadap kecenderungan narsisme pada mahasiswa program studi Farmasi S-1 Universitas Sari Mutiara Indonesia. Ini terlihat dari F hitung  $> F$  tabel dengan tingkat signifikansinya  $(0,011) < 0,05$ .

Mahasiswa program studi Farmasi S-1 Universitas Sari Mutiara Indonesia memiliki, penggunaan media sosial *instagram* yang tinggi, ini terlihat dari mean hipotetik  $62,5 < \text{mean empirik } 65,71$ . Kecenderungan narsisme yang rendah, ini terlihat dari mean hipotetik  $152,5 > \text{mean empirik } 131,69$ .

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti diperlukan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian, yaitu :

### 1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dalam menggunakan media sosial *instagram* tidak berlebihan, dan bisa membatasi diri agar kecenderungan narsisme dapat dikurangi atau bahkan dihilangkan. Dan juga mahasiswa harus mampu untuk mengembangkan citra diri dengan cara yang positif tanpa harus mengikuti arus kemajuan teknologi yang kurang baik.

### 2. Bagi Instansi

Pihak Instansi khususnya bagian kemahasiswaan seharusnya mengarahkan mahasiswa bagaimana menggunakan jejaring sosial *instagram* secara bijak tanpa tergantung dengan hal yang lain. Dan juga mengundang beberapa narasumber dan mengadakan seminar di Aula Kampus tentang mengarahkan bagaimana menggunakan media sosial

*instagram* secara baik dan positif bagi mahasiswa tersebut.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih memperhatikan kekurangan-kekurangan dari penelitian ini dan melakukan penelitian dengan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kecenderungan narsisme

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rangga. (2015). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*. Volume 2 No. 2 Oktober 2015. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Agustina. (2016). *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda*. Journal Ilmu Komunikasi, 2016, 4(3): 410-420 ISSN 2502-597X, Ejournal.Iikom.Fisip-Unmul.Ac.Id © Copyright 2016.
- Arif, Fadli Ahmad. (2017). *Analisis Sikap Narsisme Dalam Aplikasi Instagram* (Skripsi). Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial



- Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Apsari, Fitri. (2012). *Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme Dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing Pada Pria Metroseksual*. Jurnal Psikologi Vol. 1 No. 2, Agustus 2012. Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Sahid Surakarta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian.: Suatu pendekatan praktek Edisi Revisi Ke enam*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2006. *Penyusunan dan Validitas*. Yogyakarta: Pusat Belajar.
- Cahyono, Sugeng Anang. (2010). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*.
- Dhianty, Aulia Mizaany. (2016). *Kecenderungan Narsisme Penggunaan Media Sosial Path Pada Siswa Kelas 12 Smu Al-Kautsar Bandar Lampung (Skripsi)*. Fakultas Ilmu Sosial
- Fausiah Fitri & Julianti Widury. (2006). *Psikologi Abnormal Klinis Dewasa*. Jakarta : Penerbit Univesitas Indonesia.
- Handayani, Nanik. (2014). *Hubungan antara kontrol diri dengan narsisme pada remaja pengguna facebook*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maria Sondang & Wibowo Yonatan. (2003). *Hubungan Self-Esteem Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Narsisme Di Kalangan Siswa Kelas Viii Smpk Penabur Bintaro Jaya*. Jurnal Penelitian Vol. 2 No. 2. Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jl. Dipenogoro No. 74 Jakarta Pusat, Indonesia.
- Nevid, S. Jeffrey dkk (2003). *Psikologi Abnormal Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga. PT Gelora Aksara Pratama.
- Saminnurahmat Karso, Hikmat, dkk. (2017). *Perilaku Narsis Pada Media Sosial Di Kalangan Remaja*

- Dan Upaya Penanggulangannya.*  
Jurnal Penelitian Komunikasi Vol.  
20 No. 2, Desember 2017.  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu  
Politik, Universitas Islam Negeri  
(Uin).
- Santi, Nitya Novy. (2017). *Dampak  
Kecenderungan Narsiscisme  
Terhadap Self Esteem Pada  
Pegguna Facebook Mahasiswa  
Pgsd Unp.* Jurnal Dimensi  
Pendidikan dan Pembelajaran Vol. 5  
No. 1 Januari 2017. Universitas  
Nusantara PGRI Kediri.
- Suhartanti, Laela. (2016). Pengaruh  
Kontrol Diri Terhadap *Narcissistic  
Personality Disorder* Pada  
Pegguna *Instagram* Di Sma N 1  
Seyegan. *E-Journal Bimbingan  
dan Konseling Edisi 8 Tahun Ke-5  
2016.* Bimbingan Dan Konseling,  
Fakultas Ilmu Pendidikan,  
Universitas Negeri Yogyakarta
- Utari, Monica. (2017). *Pengaruh Media  
Sosial Instagram Akun  
@Princessyahrini Terhadap Gaya  
Hidup Hedonis Para  
Followersnya.* Vol. 4 No. 2–  
Oktober 2017. Jurusan Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial  
Dan Ilmu Politik Universitas Riau.