

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN
KECENDERUNGAN NARSISME MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA MAHASISWA DI KOTA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

NAMA : SITI RAHMAWATI

NIM : 04041381320017

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

INDRALAYA

2018

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN
KECENDERUNGAN NARSISME MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA MAHASISWA DI KOTA
YOGYAKARTA**



Skripsi

Diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana

Psikologi

NAMA: SITI RAHMAWATI

NIM : 04041381320017

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

INDRALAYA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KECENDERUNGAN
NARSISME MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA DI
KOTA YOGYAKARTA**

Skripsi

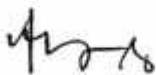
dipersiapkan dan disusun oleh

SITI RAHMAWATI

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 31 Juli 2018

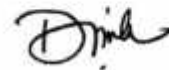
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing I



Ayu Purnamasari, S.Psi., M.A.
NIP. 198612152015042004

Pembimbing II



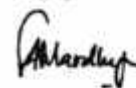
Dewi Anggraini, S.Psi., M.A.
NIP. 198311022012092201

Penguji I



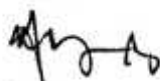
Amalia Juniarty, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 197906262014062201

Penguji II



Sayang Ajeng, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi Tanggal 31 Juli 2018



Ayu Purnamasari, S.Psi., M.A.
NIP. 198612152015042004

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Siti Rahmawati dengan disaksikan oleh tim penguji skripsi, dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat keserjanaan disuatu perguruan tinggi manapun. Dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi persyaratan, maka saya bersedia derajat keserjanaan saya dicabut.

Palembang, 31 Juli 2018

Yang menyatakan
TERAI
MAPEI
C/AEP064806052
1000
1000 RUPAH
Siti Rahmawati



HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebuah dedikasi karya ini kupersembahkan untuk

- ❖ Teristimewa, orang tua tercinta Bapak Sumadi Sp dan Ibu Syamsiah dan adik tersayang M Boma Priadi yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebuah dedikasi sederhana atas pengabdian ananda kepada keluarga.
- ❖ Adik tercinta M Boma Priyadi yang selalu memberikan motivasi serta membantu dalam pembuatan skripsi ini.
- ❖ Suami tercinta Sunaryanto, yang selalu memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi serta rela meluangkan waktu untuk membantu dalam penyebaran kuisioner dan rela menunggu saya dalam proses bimbingan maupun ujian.
- ❖ Anak tersayang Shaffiqah Khanza Almahyra, masih usia bayi sudah diajak dalam perjalanan jauh dan menunggu umingya dalam proses bimbingan dan ujian.
- ❖ Terima kasih kepada Desti Indriani, Melinda Alisyah, Gita Sari, Cindy Esa dan Nadiya Saputri yang telah membantu saya selama penelitian dan selalu memberikan dorongan serta motivasi.

MOTTO

Hai jiwa yang tenang, kembalilah kepada Tuhan-Mu dengan hati yang puas lagi diridho-Nya. Maka masuklah ke dalam Jemaah hamba-hamba Ku dan masuklah ke dalam surga-Ku (Q.S AL-Fajr 27-30)

Engkau yang tulus hidup dan bekerja sepeuhnya dalam kebaikan akan dibangunkan ruangan indah di hatimu, yang didalamnya tergemakan firman Tuhan, agar engkau menyampaikan berita gembira dari-Nya dan meneruskan tuntunan dari utusan-Nya, untuk kebahagiaan sesamamu dan kelestarian alam agar engkau terpelihara dalam indahnya kebahagiaan dan kesejahteraan.

(Mario Teguh)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat kekuasaan dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsisme Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta”. Shalawat dan salam terlimpahkan kepada Nabi besar Muhamad SAW serta pengikutnya sampai akhir zaman.

Terselesaikannya skripsi ini sebenarnya tidak luput bantuan dari berbagai pihak oleh karena itu izinkanlah peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof Dr. Ir H Anis Sagaff, MSCE. Rektor Universitas Sriwijaya.
2. dr. H Syarif Husin, M.S, selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Ayu Purnamasari, S.Psi MA, selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya dan sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu disela-sela kesibukannya dapat membimbing dan selalu sabar dalam memberikan solusi mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian dengan cara berdiskusi serta memberikan masukan yang sangat berarti dan memberikan semangat kepada penulis dari pembuatan proposal hingga skripsi.
4. Ibu Dewi Anggraini S.Psi MA yang telah membimbing, memberikan arahan dan masukan yang sangat bermanfaat serta meluangkan waktu dan tenaga untuk saya dari awal penelitian, proses pembuatan proposal hingga skripsi

5. Ibu Rachmawati S.Psi MA, Ibu Amalia Juniarly S.Psi, MA Psikolog, Ibu Sayang Ajeng S.Psi., M.Si selaku penguji.
6. Semua Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama saya mengikuti kuliah di Program Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya.
7. Untuk Almamater tercinta Universitas Sriwijaya.

Hanya doa yang saya panjatkan kepada semua pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini semoga Allah SWT membalas semua kebaikannya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan pihak yang membutuhkannya.

Palembang, 31 Juli 2018

Peneliti

Siti Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Teoritis	10
2. Praktis.....	11
E. Keaslian Penelitian.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kecenderungan Narsisme.....	15
1. Pengertian Kecenderungan Narsisme	15
2. Faktor-faktor Kecenderungan Narsisme	17
3. Aspek Kecenderungan Narsisme	19
4. Alat Ukur Kecenderungan Narsisme	22
B. Harga Diri.....	23
1. Pengertian Harga Diri	23
2. Faktor-faktor Harga Diri	24
3. Aspek-aspek Harga Diri.....	27
C. Instagram.....	31
1. Pengertian Instagram.....	31
2. Fitur-fitur Instagram.....	31
3. Dampak Instagram	33
a) Dampak Positif.....	33
b) Dampak Negatif	33
D. Hubungan Antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsisme media sosial Instagram pada Mahasiswa Yogyakarta	34
E. Kerangka Berfikir.....	37
F. Hipotesis Penelitian.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
1. Kecenderungan Narsisme.....	38
2. Harga Diri.....	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi Penelitian.....	39
2. Sampel Penelitian.....	39
D. Metode Pengumpulan Data	40

1. Skala Kecenderungan narsisme.....	41
2. Skala Harga Diri.....	42
E. Validitas dan Relibilitas	42
1. Validitas	42
2. Relibilitas	43
F. Metode Analisis Data.....	44
1. Uji Normalitas.....	44
2. Uji Lineritas	45
3. Uji Hipotesis	45

BAB IV PEMBAHASAN

A. Orientasi kanchah Penelitian.....	46
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian.....	47
1. Persiapan Alat Ukur	47
a) Alat Ukur Variabel Kecenderungan Narsisme.....	47
b) Alat Ukur Variabel Harga Diri.....	49
2. Pelaksanaan Penelitian	50
a) Tahap Pertama.....	50
b) Tahap Kedua	51
c) Tahap Ketiga	51
C. Hasil Penelitian	52
1. Deskripsi Subjek Penelitian	52
2. Deskripsi Data Penelitian.....	52
3. Hasil Analisis Data Penelitian.....	55
a) Uji Asumsi	55
1) Uji Normalitas.....	55
2) Uji Linieritas	56
b) Uji Hipotesis	57
c) Analisis Tambahan.....	58
a. Hasil KN Berdasarkan Aspek	58

	b. Hasil Harga Diri Berdasarkan Aspek.....	58
	D. Pembahasan.....	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	63
	B. Saran.....	63
	1. Bagi Subjek	63
	2. Bagi Peneliti Selanjutnya	63
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Blue Print Skala Kecenderungan Narsisme	41
Tabel 3.3 Blue Print Skala Harga Diri	42
Tabel 4.1 Distribusi Skala Kecenderungan Narsisme.....	48
Tabel 4.2 Distribusi Penomoran Baru Skala Kecenderungan Narsisme.....	48
Tabel 4.3 Distribusi Skala Harga Diri.....	49
Tabel 4.4 Distribusi Penomoran Baru Skala Harga Diri.....	50
Tabel 4.5 Deskripsi Usia Subjek Penelitian.....	52
Tabel 4.6 Deskripsi Jenis Kelamin Subjek Penelitian	53
Tabel 4.7 Deskripsi Data Penelitian.....	53
Tabel 4.8 Formulasi Kategorisasi	54
Tabel 4.9 Deskripsi Kategorisasi KN pada Subjek Peneliti.....	54
Tabel 4.10 Deskripsi Kategorisasi Harga Diri pada Subjek Penelitian	55
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Normalitas untuk Setiap Variabel	55
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Analisis Linieritas	56
Tabel 4.12 Korelasi Kecenderungan Narsisme dan Harga Diri.....	57
Tabel 4.13 Hasil Kecenderungan Narsisme Berdasarkan Aspek.....	58
Tabel 4.14 Hasil Harga Diri Berdasarkan Aspek.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	75
1. Skala Psikologi Sebelum Uji Coba	77
2. Skala Psikologi Setelah Uji Coba	82
LAMPIRAN B	87
1. Hasil Uji Validitas Skala Psikologi.....	88
2. Hasil Uji Relibilitas Skala Psikologi.....	92
LAMPIRAN C	93
1. Deskripsi Data Penelitian.....	94
2. Frekuensi Data Penelitian	95
3. Hasil Uji Normalitas	98
4. Hasil Uji Linieritas.....	99
5. Hasil Uji Hipotesis	100
6. Analisis Tambahan.....	101
LAMPIRAN D	102
1. Hasil Tabulasi Uji Coba Penelitian	103
2. Hasil Tabulasi Data Penelitian	111

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KECENDERUNGAN NARSISME MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA DI KOTA YOGYAKARTA

Siti Rahmawati^{1,3}, Ayu Purnamasari², Dewi Anggraini³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsisme pada mahasiswa di Kota Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsisme media sosial instagram.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang berkuliah di Kota Yogyakarta, dengan sampel uji coba 50 mahasiswa dan sampel penelitian sebanyak 150 mahasiswa dengan teknik sampling insidental. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala berdasarkan aspek kecenderungan narsisme dari Emmons (1984), dan aspek harga diri dari Coopersmith (1967). Hasil penelitian dianalisis menggunakan *korelasi product moment*.

Hasil hipotesis menunjukkan ada hubungan yang positif antara harga diri dengan kecenderungan narsisme dengan korelasi $r = 0,462$ dengan nilai $p < 0,000$, yang berarti semakin tinggi kecenderungan narsisme semakin tinggi harga diri. Dengan demikian hipotesis pada penelitian ini diterima.

Kata Kunci: Kecenderungan Narsisme, Harga Diri, Instagram

¹Mahasiswa Program Studi Psikologi FK Universitas Sriwijaya

^{2,3}Dosen Pogram Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

*THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF ESTEEM WITH THE TRENDS
NARCISSISM OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM ON STUDENTS IN CITY OF
YOGYAKARTA*

Siti Rahmawati¹, Ayu Purnamasari², Dewi Anggraini³

Abstract

This research aims to know the relationship between self esteem with a tendency narcissism on the students in Yogyakarta. The hypothesis in this research there was a relationship between self esteem with a tendency of social media narcissism instagram.

The subject of this research are students who studied in the city of Yogyakarta, with a sample test of 50 students and the research sample as many as 150 students with incidental sampling technique. Data collection methods used in this research using a scale based on aspects of narcissism tendency by Emmons (1984), and self esteem refers to the aspect of the Coopersmith (1967). Research results are analysed using the product moment correlation.

The results of the hypothesis suggests there is a positive relationship between self esteem with the tendency of narcissism with correlation $r = 0,462$ with a p value of 0.000, which means the higher the tendency of narcissism is getting a high self esteem. Thus the hypothesis in this research acceptable.

Keywords : tendency of narcissism, self esteem, instagram.

¹ A Student at Study Program of Psychology, Faculty of Medicine University of Sriwijaya

^{2,3} Lecture of Study Program of Psychology, Faculty of Medicine University of Sriwijaya

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, munculnya media komunikasi internet dalam kehidupan manusia yang menghadirkan suatu peradaban baru khususnya dalam proses komunikasi dan informasi. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa dari total penduduk Indonesia sebanyak 262 juta orang. Dengan mayoritas pengguna internet berada di pulau jawa yaitu sekitar 58,08% (APJII, 2017).

Saat ini kebanyakan individu menggunakan internet adalah untuk mengakses media sosial, hal ini sebagaimana data survey yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) 2017 bahwa konten terbesar yang digunakan pengguna internet yaitu media sosial sebanyak 129,2 juta (97,7%). Dari banyaknya media sosial yang ada, instagram menjadi salah satu yang paling diminati.

Berdasarkan data dari APJII, di tahun 2016 tercatat 19,9 juta pengguna aktif *instagram* di Indonesia (APJII, 2016). Berdasarkan akses di tempo.co menurut Sri Widowati seorang *Country Director Facebook Indonesia* menyatakan bahwa lebih kurang 45 juta orang Indonesia menggunakan media sosial *instagram* secara aktif sehingga Indonesia menjadi pengguna *instagram* terbesar ketiga di Asia Pasifik (Adi & Hidayat, 2017)

Pengguna *instagram* terbesar di Indonesia berdasarkan wilayah antara lain Jawa sebesar 65% dari 86,3 juta orang, Sumatera sebesar 15,7% dari 20,7 juta orang dan Sulawesi 6,3% dari 7, 6 juta orang (APJII, 2016). Salah satu wilayah di pulau jawa yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Daerah istimewa Yogyakarta.

Menurut Badan Pusat Statistik DIY (2017) pengguna *instagram* di Yogyakarta mencapai 87%, dan pengguna terbesar *instagram* terjadi pada kalangan mahasiswa mencapai 67% dari 304.085 mahasiswa yang berkuliah di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena kota Yogyakarta mempunyai *brand image* sebagai kota pelajar, dengan adanya sejumlah perguruan tinggi ternama ditambah fasilitas penunjang pendidikan yang mendukung sehingga menyebabkan banyak mahasiswa berasal dari luar daerah maupun luar negeri datang dan menetap untuk melanjutkan pendidikan tingginya di Yogyakarta.

Hal ini diperkuat peneliti dengan melakukan wawancara pada tanggal 9 Desember 2017, kepada lima mahasiswa yang aktif menggunakan *instagram*. Mereka mengatakan bahwa *instagram* adalah media sosial yang sangat baik karena memiliki fitur-fitur untuk mempercantik foto yang akan diunggah, dapat membantu dijadikan mini album foto yang dapat dilihat kapanpun dan disukai banyak orang bahkan dapat menambah *follower* (pengikut) agar terlihat *hits* jika followernya banyak dibandingkan dengan teman-teman lainnya.

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan, kepada lima mahasiswa yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi Yogyakarta memasuki usia 18-24 tahun,

aktif menggunakan jejaring sosial *instagram*. Hal yang sering dilakukan oleh mahasiswa yaitu mengunggah atau memperbarui foto dan video pribadi.

Pada tanggal 15 April 2018 peneliti menyebarkan 50 angket awal pada mahasiswa yang ada di Yogyakarta berdasarkan aspek-aspek kecenderungan narsisme, hasilnya 30 mahasiswa (72%) menjawab menggunakan *instagram* untuk berbagi moment keseharian mereka baik ketika kuliah maupun diluar kampus, sebanyak 25 mahasiswa (65%) suka meng-*upload* foto kemudian sebanyak 28 mahasiswa (70%) selalu membuat *snapgram*, *boomerang* dan *instastory* pada setiap harinya.

Perilaku aktif mahasiswa yang menggunakan jejaring sosial *instagram* dengan mengunggah foto, update status dan *followers* secara berlebihan dalam menampilkan diri berhubungan dengan kecenderungan narsisme (Carpenter, 2012). Menurut Fox dan Rooney (2015) bahwa individu yang sering memposting foto secara *online* dapat menunjukkan kecenderungan narsisme.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wickle (2015) bahwa 73,5% peserta mengunggah foto atau video dan memeriksa profil mereka lebih dari lima hari sekali, 90,2% peserta memposting foto untuk menerima *like* sehingga jelas menunjukkan terdapat kecenderungan narsisme yang merasa ingin dikagumi, 86,7% individu memiliki *followers* minimal 350 sampai tak terhingga. Menurut Kapidzic, (Wu, 2014) individu yang narsisme cenderung untuk menampilkan diri dengan cara terbaik dalam pemilihan foto yang dapat

menonjolkan daya tarik dan individu yang narsisme lebih cenderung memilih foto yang menampilkan kepribadian, gaya hidup dan aktivitas mereka.

Adanya *like* dan komentar yang diberikan pada pengguna *instagram* lain dapat mendorong setiap individu untuk mengunggah foto dan video dalam akun *instagram* pribadinya secara berulang. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Bergman dkk (2011) bahwa individu pengguna media sosial yang lain tertarik dengan kehidupan mereka sehingga hal tersebut menjadi suatu dorongan untuk mengunggah foto mereka sendiri yang mengarah pada kecenderungan narsisme di media sosial.

Mo dkk (2014) menyatakan bahwa individu dengan kecenderungan narsisme secara bebas dapat mengunggah apa yang mereka lakukan, mendengarkan, melihat dan makan untuk membuat orang lain percaya bahwa pengalaman mereka tidak biasa. Sedangkan Panek (2013) bahwa individu dengan kecenderungan narsisme dapat mengelola dan mempromosikan diri secara *online* setiap harinya dengan mengunggah foto, memperbarui status untuk mendapatkan tanda suka, komentar atau mendapatkan *follower*.

Durand dan Barlow (2007) menyatakan bahwa individu dengan kecenderungan narsisme berlebihan cenderung memanfaatkan individu lain untuk kepentingan diri sendiri dan hanya menunjukkan sedikit empati kepada individu lain. Sedangkan menurut Mehdizadeh (2010) individu yang narsisme memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas, selalu asyik dan hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut kesenangan diri sendiri.

Peneliti mencoba menggali informasi dengan mewawancarai salah satu mahasiswa berinisial NL yang menggunakan *instagram* ketika berada di sebuah *caffe*. NL memfoto makanan yang dipesan lalu NL mengunggah foto tersebut ke *instagram* pribadinya yang diikuti *caption* yang menarik sehingga NL akan mendapatkan *like* dan komentar yang banyak dari pengguna *instagram* lainnya.

Kemudian, peneliti memperdalam fenomena ini dengan bertanya langsung kepada salah satu mahasiswa N pada tanggal 10 Januari 2018 yang sedang mengambil foto di salah satu kampus Yogyakarta. Hasil wawancara yang didapatkan bahwa N mengaku *instagram* mempermudah mahasiswa untuk meng-*upload* foto dan bisa menyimpan banyak foto, tempat berbagi video dan *moment* yang dilakukan. Kebanyakan mahasiswa selalu *upload* foto pribadi setiap harinya, ada yang suka melakukan *instastory* dan *boomerang*, agar mahasiswa *hits* didunia *instagram*. Menurut pengakuannya N juga melakukan hal yang sama.

Disisi lain dari hasil observasi peneliti juga melihat ada mahasiswa yang memiliki keinginan untuk dikagumi pada saat meng-*upload* foto pribadinya, salah satunya mahasiswa AY. Menurut pendapat mahasiswa lain AY memang mahasiswa yang selalu *eksis* di *instagram*, ingin selalu dikagumi di *instagram*, ingin mendapatkan komentar dan *like* yang banyak, selalu menunjukkan barang yang dimilikinya bahkan selalu berfoto diberbagai tempat dan keadaan. Dari hasil wawancara dengan mahasiswa AY pada 12 Januari 2018, mahasiswa AY mengatakan bahwa dirinya memang ingin sekali eksis di *instagram* dan selalu ingin mendapatkan komentar yang membuat dikagumi banyak orang di *instagram*.

Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 18 April 2018, mahasiswa IU menyatakan bahwa dirinya suka sekali berfoto dan meng-*upload* di *instagram*, seperti halnya saat IU berfoto sebelum menggunakan *make-up* dan sesudah menggunakan *make-up*. IU memposting foto tersebut agar mendapatkan pujian dari banyak khalayak lain di *instagram* mengenai kecantikannya dan kepandaiannya dalam *bermake-up*. Berbeda dengan mahasiswa berinisial PO yang sering melakukan *instastory* pada akun *instagram* pribadinya untuk mendapatkan saran dan komentar yang banyak dari pengguna *instagram* lain seperti kendaraan yang sebaiknya digunakan untuk berkuliah.

Individu yang memposting foto di media sosial dapat memberikan kepuasan bagi individu dengan kecenderungan narsisme agar dapat menerima umpan balik yang positif dari orang lain (Barry & Doucette, 2015). Hal tersebut dialami oleh mahasiswa berinisial YF yang sering meng-*upload* foto dengan menggunakan *style* yang sedang *trend* agar dikenal banyak orang oleh akun *instagram* lainnya, sehingga YF merasa puas mengenai dirinya sendiri dan lebih sering meng-*upload* foto dengan berbagai *style* lainnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan narsisme adalah *self esteem* (Clarke, 2015). Sedangkan John dan Robins, (1994) menyebutkan bahwa narsisme berhubungan dengan *self-esteem* (harga diri) yang tinggi dan positif pada sifat-sifat seperti inteligensi, kekuatan dan keindahan fisik.

Individu dengan kecenderungan narsisme suka memamerkan tentang komentar dari orang lain yang mengakui keunikannya, keberhasilannya ataupun *idealism*

yang dijunjung tinggi oleh dirinya. Hal ini dilakukan ketika individu dengan kecenderungan narsisme merasa harga dirinya mulai terancam saat menerima kritikan yang mengoreksi pola pikirannya. Serta tuntutan dari individu sendiri untuk mendapatkan perhatian terus menerus yang berasal dari kebutuhannya dalam menyingkirkan perasaan tidak terpenuhi dan *self esteem* yang rendah (Nevid, 2009).

Campbel, Rudich dan Sedikides (2002) individu dengan kecenderungan narsisme pada harga diri tinggi memiliki perbedaan mengenai pandangan pribadi yaitu menganggap diri mereka memiliki hubungan sosial yang baik sedangkan individu dengan harga diri rendah bertahan mengenai keyakinan hubungan sosial dan peningkatan diri. Sedangkan Rosenthal dkk (2011) menyatakan bahwa individu yang memiliki harga diri dianggap mampu menerima dukungan yang positif dari orang lain, sedangkan individu dengan kecenderungan narsisme dianggap merasa lebih unggul dari orang lain dan memiliki sifat sombong.

Berbeda dengan penelitian Adi dan Yudiati (2009) yang mengungkapkan bahwa seseorang dengan kecenderungan narsisme mempunyai harga diri yang rendah. Hal ini disebabkan karena orang-orang dengan kecenderungan narsisme membutuhkan pengakuan dan pujian dari orang-orang di sekitarnya untuk menaikkan harga dirinya. Oleh karena itu, seseorang dengan kecenderungan narsisme memerlukan jejaring sosial salah satunya *instagram* untuk mencari perhatian dan dukungan sosial, sehingga dapat meningkatkan harga dirinya.

Peneliti melakukan survey pada tanggal 15 April 2018 dengan berdasarkan aspek-aspek harga diri, hasilnya sebanyak 35 mahasiswa (85%) mampu menerima

dukungan yang positif dari individu lain, sebanyak 20 mahasiswa (45%) mampu menerima kritik maupun saran pada postingan foto 28 mahasiswa (57%) menyatakan bahwa individu tidak peduli dan perhatian terhadap postingan di akun *instagram* lainnya. 25 mahasiswa (55%) menyatakan bahwa mereka harus berhati-hati dalam memberikan komentar kepada akun *instagram* lainnya.

Simbolon (2008) menyebutkan harga diri sebagai penilaian yang dibuat oleh seseorang yang mengarah pada dimensi negatif dan positif. Sedangkan Santrock (2012) menyebutkan bahwa harga diri adalah dimensi penilaian yang menyeluruh dari diri, penilaian tersebut menunjukkan sikap penerimaan dan penolakan serta menunjukkan seberapa jauh individu percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil dan berharga. Kesadaran mengenai diri dan perasaan terhadap diri sendiri dapat menimbulkan suatu penilaian baik positif maupun negatif.

Gonzales dan Hancock (2011) menyatakan bahwa situs jejaring sosial dirancang untuk berbagi informasi tentang diri sendiri dengan orang lain termasuk tanda *like*, komentar, update status sehingga membuat orang sadar akan keterbatasan dan kekurangan mereka sendiri yang dapat menurunkan harga diri atau menjadi bias positif tentang diri sendiri yang mungkin akan meningkatkan harga diri. Menurut Barry dkk (2015) bahwa media sosial bisa meningkatkan harga diri karena individu memiliki kemampuan untuk tampil dan menerima dukungan atau umpan balik positif dari orang lain kemudian individu juga bisa memiliki kesempatan untuk membandingkan diri sendiri dengan orang lain sehingga bisa menerima atau tidak untuk mendapatkan umpan balik yang negatif.

Mullai dkk (2017) menyatakan bahwa individu yang memiliki harga diri rendah seringkali kritis, menghindari hubungan sosial dan diliputi perasaan rendah diri sehingga fokus untuk mengubah penampilan diri negatif yang akan menaikkan citra diri, penerimaan diri dan harga diri yang tidak diinginkan. Sebaliknya, orang-orang yang mempunyai harga diri tinggi, maka akan semakin rendah kecenderungan mereka untuk memposting foto di media sosial mereka (Cecillia, 2016).

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 16 Januari 2018 , di salah satu tempat wisata Yogyakarta subjek MD mengatakan sebelum meng-*upload* foto ke *instagram*, MD memikirkan dahulu *caption* yang menarik untuk di *posting* serta MD mengatur waktu yang tepat untuk memposting baik itu foto maupun video. MD merasa senang dan bangga ketika mendapatkan banyak *likes* apalagi sampai ada yang berkomentar, namun ketika mendapatkan sedikit *like* MD mencoba menghapus postingan di *instagram* karena MD merasa rendah diri ketika mendapat sedikit *like*.

Hasil wawancara pada salah satu pengguna akun *instagram* @AF mengatakan bahwa dirinya sulit menjalin interaksi baik dengan teman atau orang disekitarnya. AF menganggap dirinya berbeda dibandingkan dengan yang lain terutama mengenai fisik karena AF memiliki bentuk tubuh yang sedikit besar. AF sering menghindar ketika berkomunikasi atau tampil di depan orang lain. Namun berbeda dengan kegiatan AF di media sosial, dimana AF suka meng-*upload* foto bersama teman maupun foto sendiri di akun *Instagram* pribadinya merupakan gambaran diri

yang dapat mempengaruhi *self esteem*, mereka semakin menyadari bahwa dirinya memiliki arti dan berharga setelah mendapatkan timbal balik dari orang lain.

Penelitian ini di dukung oleh penelitian oleh Mehdizadeh (2010) yang menunjukkan bahwa individu dengan kecenderungan narsisme yang lebih tinggi dan didukung harga diri rendah akan melakukan aktivitas online lebih besar karena terdapat konten tentang promosi diri sendiri.

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan peneliti tertarik untuk meneliti tentang hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsisme media sosial *instagram* pada mahasiswa di kota Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsisme media sosial *Instagram* pada mahasiswa di kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan narsisme media sosial *instagram* pada mahasiswa di kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan kajian pengetahuan dalam bidang psikologi pada umumnya, psikologi sosial dan

psikologi klinis khususnya mengenai hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsisme pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan atau informasi kepada mahasiswa dalam mengurangi kecenderungan narsisme berlebihan dengan meningkatkan harga diri pada mahasiswa di Kota Yogyakarta.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan dari data-data hasil penelitian yang pernah dilakukan terdapat persamaan dengan beberapa kajian riset yang sebelumnya:

Pada penelitian pertama yang dilakukan oleh Grijalva dan Zhang (2015), berjudul "*Narcissism and Self-insight: A Review and Meta-analysis of Narcissists' Self-Enhancement Tendencies*". Penelitian ini berfokus pada pengembangan diri pada wawasan diri (yaitu apakah narsis memandang diri mereka lebih positif daripada yang dirasakan oleh orang lain). Hasil dari 171 korelasi dalam 36 studi empiris mengungkapkan bahwa narsisme dan peningkatan diri tidak dapat dikaitkan dalam narsisme.

Pada penelitian kedua yang dilakukan oleh Nevils dan Massie (2014), berjudul "*The Relationship Social Network Usage and Narcissism*". Penelitian ini menggunakan 90 subyek. Penelitian ini mengukur tingkat subyek narsisme rendah dengan menggunakan Skala Narsisme Hipersensitif (HSNS) dan narsisme yang tinggi menggunakan Narcistic Personality Inventory (NPI16). Penelitian ini

menemukan ada korelasi antara pengguna jejaring sosial dan narsisme. Hasilnya menyatakan situs jejaring sosial dengan narsisme muluk menghasilkan korelasi yang signifikan positif.

Pada penelitian ketiga yang dilakukan oleh Orth, dkk (2016), berjudul *“Refining the Vulnerability Model of Low Self-esteem and Depression: Disentangling the Effect of Genuine Self-Esteem and Narcissism”*. Penelitian ini menggunakan data dari enam studi longitudinal terdiri dari 2,717 individu serta menguji mengenai efek prospektif harga diri dan narsisme pada depresi secara terpisah untuk setiap konstruksi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa individu dengan harga diri rendah maka narsisme dapat dikontrol sedangkan individu dengan narsisme rendah maka harga diri dapat dikontrol. Sehingga individu dengan harga diri tinggi memiliki risiko lebih rendah untuk mengembangkan depresi terlepas dari narsisme atau tidak.

Pada penelitian keempat yang dilakukan oleh Bhakti (2016) *“Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Pengguna Instagram ditinjau dari Jenis Kelamin”*. Penelitian ini menggunakan 120 orang mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berusia 18-24 tahun. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan narsistik dan tidak ada perbedaan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan jenis kelamin.

Pada penelitian kelima yang dilakukan oleh Hill (2014), berjudul *“A Investigation of the Connections Between use of Facebook and The Self*

Esteem/Well-being of Students with Disabilities in the University of Iowa Reach Program". Penelitian ini termasuk siswa yang memiliki keterbatasan (cacat) sebanyak 56 dalam program pasca sekolah selama 2 tahun untuk siswa dengan keterbatasan intelektual dan kognitif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada hubungan signifikan dalam jumlah teman di Facebook dengan *Self Esteem*, kemudian ada hubungan signifikan mengenai siswa yang menghabiskan waktu banyak menggunakan Facebook dengan *self esteem* rendah, dan tidak ada hubungan signifikan mengenai skala intensitas Facebook untuk memeriksa efek unik pada *self esteem/well-being*.

Pada penelitian keenam yang dilakukan oleh Kalpidou, Costin dan Morris (2011), berjudul "*The Relationship between Facebook and The Well-being of The Undergraduate College Students*". Penelitian ini membahas mengenai cara penggunaan dan sikap para pengguna *facebook* terkait dengan harga diri penyesuaian akademik ke perguruan tinggi yang diharapkan untuk menemukan hubungan positif antara *facebook* dengan penyesuaian sosial dan emosional. Penelitian ini menggunakan 70 sarjana mahasiswa pada tahun pertama atau semester pertama.

Dari beberapa penelitian di atas terdapat perbedaan pada penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya. Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan antara variabel harga diri dengan variabel kecenderungan narsisme media sosial *instagram* pada mahasiswa di kota Yogyakarta. Peneliti menggunakan keaslian teori yang berbeda dengan penelitian sebelumnya dan belum pernah

dilakukan penelitian sehingga penelitian peneliti dapat di pertanggung jawabkan keasliannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A., & Hidayat, A. 26 Juli 2017. "45 Juta pengguna instagram indonesia pasar terbesar di asia". <https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia> diakses tanggal 8 Desember 2017.
- Adi., & Yudiati. (2009). Harga diri dan kecenderungan narsisme pada pengguna friendster. *Jurnal Psikologi*. 3, 25-32.
- Aditya, R. (2015). Pengaruh media sosial *instagram* terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi pekanbaru. *JOM FISIP*. 2(2).
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorder edition "DSM-5"*. Washington DC: American Psychiatric Publishing. Washington DC. 669.
- APJII (asosiasi penyelenggaraan jasa internet indonesia). (2016). Saatnya Jadi Pokok Perhatian Pemerintah dan Industri. *Buletin APJII*.
- APJII (asosiasi penyelenggaraan jasa internet Indonesia). (2017). Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia. *Infografis hasil survey*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, S. (2014a). *Metode penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014b). *Penyusunan skala psikologi*. (Edisi II). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan validitas*. (Edisi IV). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Statistik DI Yogyakarta. (2017). Data mencerdaskan bangsa daerah istimewa yogyakarta.

- Baldwin, M.W., Baccus, J.R., & Fitzsimons, G.M. (2004). Self-esteem and the dual processing and interpersonal contingencies. *In self and Identity*, 3, 81-83.
- Baron, R.A., & Byrne, D. (2012). *Psikologi sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Barry, C. (2015). Let me take a selfie: associations between self-photography, narcissism and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*. Advance Online Publication. doi: 10.1037/ppm0000089.
- Bergman, S. M. (2011). Millennials, narcissism and social networking: what narcissists do on social networking sites and why. *personality and individual differences*. 50, 706-711. doi:10.1016/j.paid.2010.12.02.
- Bhakti, A.K. (2016). "Hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram ditinjau dari jenis kelamin". Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Bibby, P. (2008). Dispositional factors in the use of social networking sites: finding and implications for social computing research. *conference paper in lecture notes in computer science*. 392-400, doi: 10.1007/978-3-540-69304-8_40.
- Boeree, G. (2006). *Metode Pembelajaran dan Pengajaran*. Yogyakarta: Ar Ruz Media.
- Bosson, J. K., & Weaver, J.R. (2009). I Love me some me examining the Links between narcissism and self-esteem. *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder*. Edited by Campbell & Miller. Chapter 23.
- Boyd, D.M. & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13, 210-230. doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Buffardi, L.E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*. University of Georgia.
- Buss, D.M., & Chido, L.M. (1991). Narcissistic acts in everyday life. *Journal of Personality*. 59(2), 179-215.

- Campbell, R., & Sedikides. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views. two portraits of self-love. *Personality and social psychology bulletin*, 28, 358-368. doi: 10.1177/0146167202286007.
- Carpenter, C.J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Journal Personality and Individual Differences*. 52, 482-486. doi:10.1016/j.paid.2011.11.011.
- Cecillia, L.D. (2016). Hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsisistik pada siswa sma kristen 1 salatiga yang menggunakan jejaring sosial instagram. *Tugas Akhir*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Chaplin, J.P. (2011). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Clarke, I.E., Karlov.L., & Neale, N.J. (2014). The many face of narcissism: narcissism factors and their preductive utility. *Personality and Individual Differences*. 81, 90-95. doi.org/10.1016/j.paid.2014.11.021.0191-8869.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedent of self esteem*. San Fransisco: W.H Freeman and Company.
- Darmawan, D. (2016). *Metode peneitian kuantitatir*. Bandung:PT Remaja Rosadakarya, 144.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2003). *Psikologi sosial*.malang: UMM Press.
- Dickinson, K.. & Pincus, A. (2003). Interpersonal analysis of gradiose and vulnerable narcissism. *Journal of Personality Disorder*. 17(3), 188-207. doi: 10.1521/pedi.17.3.188.22146.
- Durand, V. M., & Barlow, D.H. (2007). *Psikologi abnormal*. Alih Bahasa: Linggawati Haryanto.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Emmons, R.A. (1984). Factor analysis and construct validity of the narcissistic personality inventory. *Journal of Pesonality Aessment*. 48(3), 291-300. doi: 10.1207/s15327752jpa4803_11.

- Fazriyati, W. (2013). Perilaku di facebook cermin masalah penerimaan diri. Diakses tanggal 25 Juli 2018. <http://health.kompas.com/read/2013/09/18/1625487/Perilaku.di.Facebook>.
- Fitriyah, L., & Jauhar, M. (2014). *Pengantar psikologi umum*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Fox, J., & Rooney, M.C. (2015). The dark triad and trait self-objectification as predictor of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*. 76, 161-165. doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017.
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: collective self-esteem, need to belong, and Internet self-efficacy as presictors of the iGeneration's attitudes toward Social Networking Sites. *Journal of Interactive Advertising*. Texas Teach University. doi: 10.1080/15252019.2008.10722138.
- Ghufron, M.N., & Risnawita, R. (2012). *Teori-teori psikologi*. Ar-Ruzz Media. Yogyakarta. 39-47.
- Gonzales,A.L., & Hancock,J.T. (2011). Mirror, mirror on my facebook wall: effects of exposure to facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 2(14). doi: 10.1089/cyber.2009.0411.
- Grijalva, E., & Zhang, L. (2015). Narcissism and self-insight: a review and meta-analysis of narcissists; self-enhancement tedencies. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1-22. doi: 10.1177/0146167215611636.
- Hill, C.L. (2014). An Investigation of the connections between use of facebook and the self-esteem/ well-being of students with disabilities in the university of lowa reach program.*Thesis*, University of Iowa.
- John, O.P., & Robins, R.W. (1994). Accuracy and bias in self-perception: individual differences in self-enhancement and the role of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1(66), 206-219.

- Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychol Behavior Social Networking*. doi: 10.1089/cyber.1010.0061.
- Kartono. (2010). *patologi sosial 3 gangguan-gangguan kejiwaan*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Kristanto, S. (2012). Tingkat kecenderungan narsistik pengguna *facebook*. *Journal of Social and Inducstial Psychology*. Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri, Semarang. 1(1). 41-46.
- Kwan, V.S. Y. (2004). Reconceptualizing individual differences in self-echanment bias. *Journal Psychology*. 111. 94-110.
- Mafazi, N., & Nuqul, F.L. (2017). Perilaku virtual remaja: strategi *coping*, harga diri, dan pengungkapan diri dalam jejaring sosial *online*. *Jurnal Psikologi*. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. (16). 128-137.
- Maulina, A. V. (2017). Hubungan antara harga diri dengan narsis pada pengguna path. *Skripsi*. Jurusan Psikologi Fakultas Muhammadiyah Surakarta.
- Mehdizadeh, S. (2010). *Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on facebook*. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*. 4 (13). 257-364. doi: 10.1089=cyber.2009.0257.
- Mo, R dkk. (2014). Examining the mediating roles of microblog use in the relationship between narcissis, social anxiety, and social capital. *International Journal of Cyber Behavior Psychology and Learning*. 4(2), 58-75. doi: 10.4018/ijcbpl.2014040105.
- Mullai, E dkk (2017). Selfie-mania influence on adolenscent self-esteem. *Interdisiplinary Journal of Research and Development*. Alexander Moissiu, University Durres. 2(4).
- Nevid, J. S dkk. (2014). *Psikologi abnormal*. Alih Bahasa Tim Fakultas Psikologi Universitas Indonesia: Erlangga

- Nevils, B., & Massie, R. (2014). The relationship between social networking usage and narcissism. *Social Psychology*. Hanover College. 1-17.
- Ong, E.Y.L, dkk. (2011). Narcissism, ectraversion and adolescents' self-presentation on facebook. *Personality and Individual Differences*, 50(2), 180-185. doi: 10.1016/j.paid.2010.09.022.
- Orth, U dkk. (2016). Refining the vulnerability model of low sel-esteem and depression: disentangling the effects of genuine self-esteem and narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*. 110, 133-149. doi.org/10.1037/pspp0000038.
- Panek, E.T., Nardis., Y, & Konrath, S. (2013). Mirror or mgaphone? how relationships between narcissism and social networking site use differ on facebook and twitter. *Computers in Human Behavior*. 29. doi. 10.1016/j.chb.2013.04.012.
- Papalia , E. D., Feldman, R. T. (2014). menyelami perkembangan manusia: *Experience Human Development*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Purwanto,E. (2016). *metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar,74.
- Putri,S.A.R. (2015). Minoritasi LGBT di indonesia: *Cyberbullying* pada akun *instagram*. *Jurnal Interaksi*. Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro.1(4).73-81.
- Prihanani, Diti. (2015). Respon penggunaan instagram sebagai referensi wisata. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Qashmal, Z., & Ahmadi, D. (2015). Hubungan penggunaan media sosial *instagram* terhadap pembentukan citra diri. *Prosiding Penelitian SpeSIA*.Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung.
- Rahardiyani, E. (2017). *Pemanfaatan intenet dan dampaknya pada elajar sekolah menengah atas di surabaya*.

- Raskin, R., & Terry, H. (1984). A Principal-components analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*. 54(88). 890-902.
- Rosenthal, dkk. (2011). Further evidence of the narcissistic personality inventory's validity problems: a meta-analysis investigation-response to miller, maples and cambell (this issue). *Journal of Research in Personality*, 45, 408-416. doi:10.1016/j.jrp.2011.06.004.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoebach, C. (1965). *Self esteem and adolescent problems: modeling reciproval effect*. 54 (6), 1004-1018.
- Santrock, J.W. (2012). *Perkembangan remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, W.S., & Meinarso, A.E. (2012). *Psikologi sosial* Jakarata salemba Humanika.
- Sedikides, C dkk (2004). Are normal narcissists psychologically healthy?: self-esteem matters. *Journal of Personality and Social Psychology*. Southhampton: American Psychological Association. 3(87). 400-416. doi: 10.1037/0022-3514.87.3.400.
- Sembiring, K.D.R. (2017). Hubungan antara kesepian dan kecenderungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media instagram. *Jurnal psikologi*. 2(16), 147-154.
- Setyarini, R., & Atamimi, N. (2011). Self-esteem dan makna hidup pada pensiunan pegawai negeri sipil (PNS). *Jurnal Psikologi*. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. 2(38). 176-184.
- Simatupang, F.F., & Salam, N.E. (2015). Fenomena *selfie (self portait)* di *instagram* (studi fenomenologi pada remaja di kelurahan simpang baru Pekanbaru). *Jom FISIP*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Riau. 1(2).

- Simbolon, S.H.Y. (2008). Hubungan harga diri dengan asertifitas pada remaja. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung:Al-fabeta. 117.
- Suryadi, M.T. (2014). iAplikasi fotogenik di android. Yogyakarta: Andi offset.
- Tafarodi, dkk. (2001). Selective memory and the persistence of paradoxical self-esteem. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 9(27). 1179-1189.
- Tazghini, S., & Siedlecki, K. (2013). A mixed pproach to examining facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 29, 827-832.
- Tweng, J. M., & Campbell, W.K. (2012). Isn't it fun to get the respect that we're going to deserve?" narcissism, social rejection and aggression. *Personality ad Social Psychology Bulletin*. 261-272. doi:10.1177/0146167202239051.
- Vaknin, S. (2007). Maligant self love, narcissism revisited.*E-book*.
- Wickel, T.M. (2015). Narcissism and social networking sites: the act of taking selfies. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*. 1(6).
- Wibisoo, D. (2003). *Riset bisnis*, Jakarta:Pt Gramedia Pustaka Utama
- Widhiarso. W. (2010). Uji linieritas hubungan. Diunduh dari http://www.widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_uji_linieritas_hubungan.pdf pada tanggal 10 Januari 2017.
- Wong, W.K.W. (2012). Face on facebook: a study of self-presentation and social support on facebook. *Discovery-SS Student E-Journal*.1, 184-214.
- Wu, Y.C.J., Chang, W.H., & Yuan C.H. (2014). Do facebook profile pictures reflect user's personality?. *Computers in Human Behavior*. 51-880-889. doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.014.

Wikipedia Ensiklopedia Bebas. *Instagram*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>
diakses tanggal 8 Desember 2017.

Zeigler-Hill. V., & Jordan C.H. (2010). 21 Two face of self esteem: implicit and explicit forms of self-esteem. *Handbook of Implicit Social Cognition: Measurement, Theory and Applications*, eds Gawronski B, Payne B.K. New York, NY: Guilford Press. 392-407.