

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada zaman era globalisasi sekarang ini perkembangan teknologi informasi berkembang semakin maju dan begitu pesat. Kemajuan teknologi merupakan suatu hal yang tidak bisa kita tinggalkan dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berkembang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi yang merupakan alat bantu/ekstensi dalam mengembangkan kemampuan diri manusia, kini menjadi kekuatan otonom yang justru membatasi perilaku dan gaya hidup manusia.

Menurut Nasution, Daulay, & Susanti (2017) berkembangnya teknologi memang sangat berguna dan memberikan nilai positif bagi para penggunanya, serta memberikan cara baru dalam melakukan segala aktivitas. Era teknologi yang semakin berkembang, menjadikan mayoritas individu harus bisa menggunakan jaringan internet sebagai akses media sosial. Berdasarkan dari hasil data survei yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia, terdapat beberapa wilayah besar yang menggunakan aktif jaringan Internet antara lain: Wilayah Jawa yaitu sebesar 65% dari 86,3 juta jiwa, Sumatera sebesar 15,7% dari 20,7 juta jiwa dan Sulawesi sebesar 6,3% dari 7,6 juta jiwa. Pengguna internet tersebut jika dijumlahkan ada berkisar 129,2 juta (97,7%) jiwa. Konten yang paling sering digunakan oleh pengguna internet tersebut adalah media sosial (APJII, 2016). Sumber: <https://www.apjii.or.id/>

Menurut Juwita, Budimansyah & Nurbayani (2015) Media sosial merupakan wadah yang digunakan oleh banyak orang terkhusus mahasiswa untuk mendapatkan

banyak informasi dari luar tanpa harus repot keluar rumah. Media sosial juga banyak memberikan efek positif bagi mahasiswa yaitu untuk saling berbagi informasi serta mempermudah mahasiswa untuk mendapatkan referensi secara *online*, namun selain efek positif efek media sosial juga memiliki efek negatif. Efeknegatifnya adalah dapat menimbulkan kecanduan bagi para penggunanya ketika menggunakan media sosial, hal tersebut juga dapat merubah cara berpikir serta cara berperilaku bagi para penggunanya. Semakin berkembangnya media sosial maka tujuannya juga akan menjadi semakin meluas.

Menurut Drakel, Pratiknjo, & Mulianti (2018) berkembangnya media sosial, menjadikan aplikasi media sosial semakin beraneka ragam jenisnya. Beberapa jenis Aplikasi media sosial tersebut diantaranya terdiri dari *Facebook, WhatsApp, Google.com dan Instagram*. Berdasarkan percobaan mahasiswa dalam menggunakan beberapa aplikasi media sosial yang memiliki fungsi yang berbeda, akhirnya terdapat satu aplikasi yang memiliki fungsi yang sama dengan media sosial lainnya yaitu *Instagram*.

Menurut Jackson&Wilson (2017) *Instagram* adalah Media sosial yang sedang banyak diminati oleh khalayak saat ini. Survey baru-baru ini menunjukkan bahwa *Instagram* adalah *platform* media sosial terpopuler kedua, dengan 59% pengguna online usia 18-29 tahun menggunakan *Instagram*. *Instagram* dianggap sebagai media sosial yang menarik karena media sosial ini fokus pada foto dan video durasi pendek, peningkatan citra dan hubungan reciprocal dibandingkan dengan media sosial lain yang berfokus pada kicauan. Survey baru-baru ini menunjukkan bahwa *Instagram* adalah *platform* media sosial terpopuler kedua, dengan 59% pengguna online usia 18-29 tahun

menggunakan *Instagram*. *Instagram* memiliki berbagai macam fitur pendamping yang menarik seperti *Snapgram* dengan berbagai efek kamera dan fitur *Live*.

Penelitian diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasrullah (2015) yang mengatakan,*Instagram* digunakan sebagai tempat membagikan segala macam kegiatan dan tempat berkeluh kesah. Dengan *Instagram* pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan *followers*-nya. Tidak ada batas dan privasi dalam *Instagram*, apapun yang kita bagikan dan orang lain bagikan dapat kita lihat. Dampak yang muncul dari penggunaan media sosial *Instagram* adalah adanya budaya berbagi yang berlebihan di dunia maya.

Berbeda dengan Atmoko (2012) yang berpendapat,*Instagram* merupakan suatu aplikasi media sosial yang dipergunakan untuk memposting foto ataupun video mengenai kegiatan apa saja yang dilakukan oleh penggunanya serta dapat membagikan lokasi ketika penggunanya melakukan suatu kegiatan. Aplikasi *Instagram* sendiri biasanya digunakan oleh kaum anak muda, yang diantaranya adalah pelajar dan mahasiswa. Beberapa dari Mahasiswa menggunakan *Instagram* biasanya untuk mencari informasi berita dari luar, namun ada juga beberapa mahasiswa yang menggunakan *Instagram* hanya untuk memposting dan mengupload foto serta video di aplikasi media sosial tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian APJII pada tahun 2017, banyak masyarakat Kota Medan yang diantaranya terdapat mahasiswayang aktif menggunakan media sosial *Instagram*. Fenomena lain yang peneliti dapatkan setelah observasi lebih lanjut, terdapat pengguna pasif dan pengguna aktif media sosial *Instagram*. Pengguna aktif pengguna media sosial *Instagram* merupakan individu yang berperilaku aktif ketika menggunakan

media sosial *Instagram*. Perilaku aktif mahasiswa ketika menggunakan *Instagram*, bisa diketahui dari individu yang secara berlebihan mengunggah foto, *update status* untuk menambah *followers* dapat mengindikasikan diri berkaitan dengan kecenderungan narsisme (Carpenter, 2012).

Peneliti kemudian melakukan wawancara dengan salah satu mahasiswi yang ada di Kota Medan untuk memperkuat fenomena yang ada. Mahasiswi berinisial NH tersebut mengatakan :

*“Biasanya buka Instagram sampai 10 kali, kalo selama 1 hari totalnya ada 1 jam pemakaian Instagram. Menurut saya Instagram merupakan merupakan gaya hidup atau life style, Instagram bermanfaat untuk menyenangkan diri, karena bisa mengupload beragam aktivitas kita di Instagram, untuk menghilangkan kebosanan, keuntungan lainnya supaya dikomen positif, kalo aku buat story. Dalam 1 bulan saya bisa 2 atau 3 kali ganti foto profil di Instagram soalnya aku mau coba fitur-fitur baru di Instagram supaya gak bosan.”*

(NH, Mahasiswi, Desember 2019)

Berdasarkan pernyataan diatas, terungkap bahwa mahasiswi tersebut menggunakan media sosial *Instagram* untuk gaya hidup, menyenangkan diri, mengganti foto profil yang menarik untuk menghilangkan kebosanan, mengupload beragam aktivitas, serta mendapatkan komentar positif dari teman Instagramnya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kapidzic (2013) yang mengatakan, seseorang dengan kecenderungan narsisme lebih cenderung memilih foto terbaik yang ingin diposting agar dapat menunjukkan gaya hidup mereka, aktivitas mereka, serta kepribadian mereka.

Peneliti juga melakukan wawancara selanjutnya pada salah satu mahasiswi yang ada di Kota Medan untuk memperkuat fenomena yang ada. Mahasiswi berinisial FH tersebut mengatakan :

*“Selama 1 hari saya bisa menggunakan Instagram selama 20-21 jam. Selama 1 hari saya bisa 2 sampai 3 kali memposting story di Instagram misalkan saya lagi nongkrong di tempat yang unik atau lagi viral oleh teman-teman, kemudian memposting beberapa makanan yang bagus lalu memposting bisnis saya di instastory. Alasan saya memposting yaitu untuk menarik perhatian pengikut saya serta saya bisa memberikan dampak positif disekeliling saya karena saya merasa lebih mendominasi dalam memberikan dampak positif dibanding yang lain, saya bisa menunjukkan kemampuan saya dalam hal berbisnis karena saya merasa hebat dalam hal berbisnis. Selama 1 minggu saya memposting lebih dari 2 kali.”*

(FH, Mahasiswi, Desember 2019)

Berdasarkan pernyataan diatas, terungkap bahwa mahasiswi tersebut menggunakan media sosial *Instagram* untuk mengunggah atau memposting *story* seperti foto dan video yang menarik mengenai aktivitasnya dengan tujuan agar orang yang disekelilingnya tertarik untuk menjadi *followernya*, dan individu tersebut merasa bahwa dirinya bisa memberi dampak positif jika ia memposting foto di akun *Instagram*. Hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mo (2014) menyatakan bahwa individu yang secara bebas mengupload apa yang mereka lakukan, apa yang mereka dengarkan, apa yang mereka lihat dan makan agar membuat orang lain percaya bahwa kegiatan dan aktivitas mereka bukanlah hal biasa, dimana hal tersebut dapat dindikasikan sebagai individu dengan kecenderungan narsisme.

Terdapat beberapa ciri individu dengan kecenderungan perilaku narsisme diantaranya, merasa senang jika mendapatkan penilaian yang baik dan merasa kecewa ketika mendapatkan kritikan atau penilaian yang buruk. Menurut Raskin & Terry (1988) individu dengan kecenderungan narsisme memiliki ciri-ciri sebagai berikut, yaitu suka menjadi pusat perhatian, kurang suka dikritik mengenai dirinya, memiliki hubungan dengan orang lain yang lebih mengutamakan dirinya sendiri, merasa kagum pada diri sendiri yang ditandai dengan kecenderungan menilai dirinya secara berlebihan.

Raskin & Terry (1988) juga menjelaskan tujuh aspek kepribadian narsistik, diantaranya : *Authority* (ingin terlihat mendominasi dari orang lain), *Self Sufficiency* (merasa memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dirinya), *Superiority* (merasa dirinya yang paling sempurna), *Exhibitionism* (senang memperlihatkan penampilan fisiknya supaya mendapat pujian dari orang lain), *Exploitativeness* (merendahkan orang lain untuk mendapat kekaguman dari orang lain), *Vanity* (kurang dapat menerima kritikan dari orang lain), *Entitlement* (selalu egois walau mendapat pertentangan dari orang lain).

Peneliti juga melakukan wawancara berikutnyapada salah satu mahasiswi yang ada di Kota Medan untuk memperkuat fenomena yang ada. Mahasiswi berinisial A tersebut mengatakan :

*“Waktu lagi cantik, aku sering upload story foto dari kamera depan dan belakang juga bang, supaya dilihat dan dikomen kawan kampus ataupun kawan Instagram bang. Banyak yang komen akucantik, manis, pintar ber make-up dan ada kesenangan tersendiri dan menjadi motivasiku. banyak kawanku yang muji aku cantik bang. Selama 1 hari ada 2– 4 kali kadang sampai 5 kali bang. Selama 1 minggu ada 2 kali memposting foto. Alasan ku sering posting karena aku merasa kualitas kemampuan ku lebih hebat dari orang lain, supaya terlihat lebih dominan dibanding oranglain, dan kalo posting foto aku pilih sesuai yang ku suka walaupun nanti ada teman yang bilang jelek.”*

(A, Mahasiswi, April 2020)

Berdasarkan pernyataan diatas, terungkap bahwa mahasiswi tersebut menggunakan media sosial *Instagram* agar bisa mendapatkan pujian dari pengguna *Instagram* lainnya sehingga individu tersebut merasa senang dan merasa memiliki keindahan fisik dan memiliki keunggulan inteligensi dalam hal bermake-up, serta merasa dunia luar bukanlah hal yang penting. Pernyataan diatas senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Husni (2019) yang mengatakan, narsisme adalah perilaku individu yang terlalu mencintai diri sendiri. Individu dengan kecenderungan narisme adalah individu yang bangga dengan

kecantikan wajahnya serta individu tersebut juga bersifat egois ketika menjalin hubungan dengan orang lain.

Peneliti kemudian melakukan wawancara pada salah satu mahasiswa yang ada di Kota Medan untuk memperkuat fenomena yang ada. Mahasiswa berinisial W tersebut mengatakan :

*“Manfaat Instagram supaya banyak yang ngelike dan aku jadi merasa bangga bang karena banyak yang suka sama postingan ku, banyak yang follow jadi merasa kayak artist bang. Selama 1 hari ada 2 kali – 3 kali aku buat story di Instagram bang, yang komen ada 8-10 orang yang komen story ku bang. Isi komentarnya ada yang bilang imut, jago make-up. Perasaan ku gembira kali kalo dikasih komentar positif, merasa punya banyak penggemar juga bang, jadi semangat belajar make up supaya bisa di puji bang. Ada yang berkomentar buruk yang bilang sok cantik, kecentilan, sok imut, udah gk usah selfie lagi make-up mu gk bagus. Perasaan ku sebenarnya sakit hati dikomen negatif tapi udah gak peduli aku bang dan tetap banyak aku buat story bang, karena ada followersku yang mau mendukung dan suka sama foto ku bang.”*

(W, Mahasiswa, April 2020)

Berdasarkan pernyataan di atas, terungkap bahwa mahasiswa tersebut menggunakan media sosial *Instagram* agar bisa mendapatkan perhatian dari pengguna *Instagram* lainnya, yang mengatakan bahwa individu tersebut memiliki paras yang imut serta memiliki potensi yang unik dalam *make-up* sehingga individu tersebut merasa memiliki keindahan fisik dan memiliki keunggulan inteligensi yang unik. Individu tersebut juga mengatakan bahwa dengan adanya dukungan dari pengguna *Instagram* lainnya, individu tersebut merasa mampu menghilangkan rasa sakit hati menjadi rasa semangat. Menurut Lam (2012) narsisme berawal dari perilaku aktualisasi terhadap konsep diri dan rasa percaya diri individu, yang dimana individu tersebut merasa bahwa dirinya memiliki keunikan, seperti memiliki intelegensi dan potensi yang lebih besar dari individu lain.

Peneliti juga melakukan wawancara pada salah satu mahasiswi yang ada di Kota Medan untuk memperkuat fenomena yang ada. Mahasiswi berinisial E tersebut mengatakan :

*“Manfaat Instagram bisa mendapat komentar yang positif di story ku yang bikin perasaan ku senang bang, walau ada juga yang komentar negative yang menjatuhkan mental ku bang. Isi komentar positifnya bang, ada yang bilang kalo aku itu imut, unik, rajin kalo lagi buat story belajar bang. Kalo isi komentar negatifnya, ada yang bilang alay, sok cantik, sok kerajinan, dan ada yang bilang sok baik bang tapi walaupun dibilang gitu aku tetap buat story sebanyak yang ku mau tentang aktivitasku bang dan selfie supaya banyak yang komen yang aku imut. Dalam 1 hari ada 2 - 3 kali buat story bang.”*

(E, Mahasiswi, April 2020)

Pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa individu dengan kecenderungan narsisme memerlukan media sosial yang salah satunya *Instagram* agar bisa lebih mudah menilai dirinya baik atau buruk menurut pandangan serta penilaian komentar dari teman *Instagram* individu tersebut, sehingga jika individu mendapatkan penilaian yang baik maka individu tersebut merasa senang karena dapat meningkatkan harga dirinya ketika mengupload dan berbagi foto atau video yang unik, begitu juga sebaliknya jika individu tersebut mendapatkan penilaian yang buruk maka individu tersebut merasa kecewa dengan dirinya sendiri.

Terdapat beberapa ciri individu dengan kecenderungan perilaku narsisme diantaranya, merasa senang jika mendapatkan penilaian yang baik dan merasa kecewa ketika mendapatkan kritikan atau penilaian yang buruk. Menurut Raskin & Terry (1988) individu dengan kecenderungan narsisme memiliki ciri-ciri sebagai berikut, yaitu suka



menjadi pusat perhatian, kurang suka dikritik mengenai dirinya, memiliki hubungan dengan orang lain yang lebih mengutamakan dirinya sendiri.

Mahasiswa yang sedang menjalani masa perkuliahannya harus mampu bersosialisasi serta memiliki hubungan yang baik dengan temannya. Hubungan teman yang dimiliki mahasiswa tidak harus berada dilingkungan masyarakat saja, namun untuk memiliki hubungan juga bisa dibangun melalui aplikasi media sosial seperti Instagram.

Mahasiswa pengguna *Instagram* haruslah menggunakan aplikasi media sosial ini dengan baik agar memberi manfaat yang baik pula bagi dirinya. Manfaat yang baik tersebut diantaranya, dapat membangun hubungan dengan orang yang tidak dikenal sebelumnya dan mampu mengelola waktu dengan bijak. Berbeda halnya dengan mahasiswa yang secara berlebihan menggunakan Instagram. Mahasiswa aktif pengguna *Instagram* memiliki tanda tertentu seperti mengupload foto dan video secara berlebihan di media sosial *Instagram* dengan tujuan mendapat perhatian dan pujian dari teman *Instagram*-nya. Mahasiswa yang secara berlebihan mengupload foto dan video di Instagram diindikasikan sebagai individu dengan kecenderungan perilaku narsisme.

Individu dengan kecenderungan narsis mempunyai alasan tersendiri untuk berperilaku narsis. Alasan individu tersebut berperilaku narsis dikarenakan individu tersebut ingin mendapat perhatian serta pujian agar dapat menghilangkan perasaan negatif dalam menilai dirinya, ragu akan kemampuan dirinya, merasa tidak dihargai dan dihormati, merasa tertekan, dan merasa tidak berguna. Harga diri menurut Kreitner, Robert, & Angelo (2001) adalah suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. Harga diri merupakan elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang dan akan berdampak luas pada sikap dan perilakunya. Harga diri menggambarkan sejauh mana

individu tersebut menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kemampuan, keberartian, berharga, dan kompeten, dimana setiap individu yang memiliki harga diri ingin dihargai dan dipuji namun tidak melebihi dari ambang batas.

Menurut pandangan Rosenberg (1965), terdapat dua hal yang berperan dalam pembentukan harga diri yaitu bagaimana orang lain mengevaluasi dirinya (*reflected appraisals*) dan komparasi sosial (*social comparisons*). Perasaan-perasaan harga diri pada kenyataannya terbentuk oleh keadaan kita dan bagaimana orang lain memperlakukan kita. Harga diri ditinjau dari kondisinya dibedakan dalam dua kondisi yaitu kuat (*strong*) dan lemah (*weak*). Orang yang mempunyai harga diri yang kuat akan mampu membina relasi yang lebih baik dan sehat dengan orang lain, bersikap sopan, dan menjadikan dirinya menjadi orang yang berhasil, sebaliknya individu yang memiliki harga diri yang lemah memiliki citra diri negatif dan konsep diri yang buruk.

Menurut Coopersmith (1998) individu yang menilai dirinya sendiri secara negatif merupakan individu yang memiliki harga diri yang rendah atau belum terbentuknya harga diri pada individu tersebut. Harga diri merupakan suatu penilaian yang dilakukan oleh individu terhadap dirinya sendiri. Penilaian tersebut mencerminkan sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa jauh individu percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil dan berharga. Individu yang merasa dirinya berharga atau memiliki harga diri yang tinggi, akan memiliki keinginan yang rendah untuk mengupload dan berbagi foto serta video di aplikasi media sosial mereka (Cecilia, 2016).

Penjelasan diatas berkaitan dengan penelitian Mehdizadeh (2010) yang mengatakan, individu tersebut akan lebih besar melakukan aktivitas *online*. Aktivitas *online* seperti mengupload foto dan video secara berlebihan agar dapat mempromosikan

diri individu. Aktivitas online secara berlebihan tersebut sering dilakukan oleh individu harga diri yang rendah maka dapat dipastikan individu tersebut berkecenderungan narsisme.

Peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan banyak fenomena yang berdampak buruk pada mahasiswi maupun mahasiswa pengguna *Instagram*, yaitu menghabiskan waktu yang berharga sendirian tanpa teman-teman hanya untuk melakukan aktivitas *online* seperti mengunggah foto di akun *Instagram* mereka agar terlihat menarik, padahal semua perilaku tersebut sebenarnya dapat merugikan dirinya sendiri karena seharusnya mereka bisa menghabiskan waktunya secara lebih berharga seperti mempelajari materi kuliah yang belum mereka mengerti, mengerjakan tugas yang diberikan oleh dosen dengan tepat waktu, menerapkan ilmu yang mereka dapatkan selama kuliah ditengah-tengah masyarakat serta bersosialisasi dengan teman-teman sebaya agar mendapatkan pengalaman yang berharga.

Dampak buruk lain, yang mungkin belum disadari oleh mahasiswa dan mahasiswi pengguna *Instagram*, yaitu rela menghabiskan dananya untuk berpergian ke tempat-tempat yang unik dan viral, membeli make-up, serta membeli paket data, supaya mereka bisa memposting foto mereka tersebut di akun *Instagram* - nya, padahal perilaku mereka tersebut dapat menyiksa keuangan mereka sendiri. Hal diatas sudah lazim mereka lakukan, sebab jika mereka tidak melakukannya biasanya individu tersebut akan merasa tidak bersemangat karena tidak menjadi pusat perhatian. (Widiyanti, 2017)

Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat berhubungan kecenderungan narsisme dengan harga diri, banyak mahasiswa zaman sekarang yang menjadi antisosial mungkin karena tidak percaya diri untuk bergaul dengan teman sebayanya sehingga

mereka tidak mampu mengontrol waktu serta rela mengeluarkan banyak uang hanya untuk mengunggah foto secara terus menerus di *Instagram* supaya mendapatkan perhatian yang bisa meningkatkan harga diri mahasiswa tersebut. Individu yang tidak mampu menilai baik buruknya diri sendiri, maka kemampuannya membina relasi dengan teman sebayanya tidak akan berjalan dengan baik. Mahasiswa mahasiswi banyak yang berpikiran ketika ia memiliki harga diri yang rendah maka mahasiswa tersebut mencari cara agar dapat meningkatkan harga dirinya yang dimana salah satu cara yang ia lakukan yaitu dengan narsis. Narsisme merupakan cara untuk bisa mencintai dirinya sendiri, menganggap dirinya sangat luarbiasa dan sangat berharga dengan berharap orang lain memberikan pujian kepadanya. Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian narsistik merupakan kepribadian dimana seseorang melakukan perilaku yang menunjukkan bahwa dirinya memiliki hal-hal yang hebat dan berlebihan dalam mendeskripsikan dirinya serta kurang dapat menerima pandangan dan masukan dari orang lain. Berdasarkan pada penjelasan-penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa permasalahan utama yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan? “

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian Skripsi, adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun 2 manfaat Penelitian Skripsi, diantaranya :

### **D.1. Manfaat Teoritis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan ilmiah dalam bidang psikologi sosial, serta dapat digunakan menjadi referensi sekunder bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk membahas tentang Hubungan Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme .

### **D.2. Manfaat Praktis**

#### **D.2.1. Manfaat bagi subjek penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta dapat membantu mahasiswa untuk memperbaiki Harga Diri dan Kecenderungan Perilaku Narsisme Mahasiswa pengguna Media Sosial *Instagram*, apabila dalam penelitian ini ditemukan hubungan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat

menjadi masukan bagi mahasiswa agar mampu meningkatkan Harga Diri serta dapat menurunkan Kecenderungan Perilaku Narsisme.

### **D.2.2. Manfaat bagi Masyarakat**

Kecenderungan Perilaku Narsisme seyogyanya tidak hanya terjadi pada mahasiswa, juga pada berbagai level masyarakat. Hal ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yaitu dapat memberikan informasi akan pentingnya meningkatkan harga diri agar tidak terjebak melakukan kecenderungan perilaku narsisme.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **II.A. Harga Diri**

##### **A.1. Pengertian Harga Diri**

Coopersmith (1998) mendefinisikan harga diri sebagai “suatu penilaian yang dilakukan oleh individu terhadap dirinya sendiri. Penilaian tersebut mencerminkan sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa jauh individu percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil dan berharga. Menurut Coopersmith (1998) mengatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan memandang dirinya, terutama sikap menerima, menolak, dan indikasi besarnya kepercayaan individu.

Berikut ini beberapa pengertian Harga Diri (*Self Esteem*) dari beberapa sumber referensi :

- Menurut Kreitner, Robert, & Angelo (2001), harga diri adalah suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. Perasaan-perasaan harga diri pada kenyataannya terbentuk oleh keadaan kita dan bagaimana orang lain memperlakukan kita.

##### **A.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri**

Ada empat faktor yang melatarbelakangi harga diri yaitu : pengalaman, pola asuh, lingkungan dan sosial ekonomi (Coopersmith, 1998):

- a. Pengalaman merupakan suatu bentuk emosi, perasaan, tindakan, dan kejadian yang pernah dialami individu yang dirasakan bermakna dan meninggalkan kesan dalam hidup

individu.

- b. Pola asuh merupakan sikap orangtua dalam berinteraksi dengan anak- anaknya yang meliputi cara orangtua memberikan aturan aturan, hadiah maupun hukuman, cara orangtua menunjukkan otoritasnya dan cara orangtua memberikan perhatiannya serta tanggapan terhadap anaknya.
- c. Lingkungan memberikan dampak besar kepada remaja melalui hubungan yang baik antara remaja dengan orangtua, teman sebaya, dan lingkungan sekitar sehingga menumbuhkan rasa aman dan nyaman dalam penerimaan sosial dan harga dirinya.
- d. Sosial ekonomi merupakan suatu yang mendasari perbuatan seseorang untuk memenuhi dorongan sosial yang memerlukan dukungan finansial yang berpengaruh pada kebutuhan hidup sehari-hari.

### **A.3. Aspek-Aspek Harga Diri**

Coopersmith (1998) membagi harga diri ke dalam empat aspek :

- a. *Kekuasaan(power)*

Kemampuan ini ditandai adanya pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain.

- b. *Makna (Significance)*

Adanya kepedulian, penilaian, dan afeksi yang diterima individu dari oranglain.

- c. *Kebajikan(virtue)*

Ketaatan mengikuti standar moral dan etika, ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi



tingkah laku yang tidak diperbolehkan.

d. Kemampuan(*competence*)

Sukses memenuhi tuntutan prestasi.

## **II.B. Narsisme**

### **B.1. Pengertian Narsisme**

Menurut Raskin & Terry (1988) narsisme merupakan kekaguman pada diri sendiri yang ditandai dengan kecenderungan menilai dirinya secara berlebihan, suka menjadi pusat perhatian, kurang suka dikritik mengenai dirinya, memiliki hubungan dengan orang lain yang lebih mengutamakan dirinya sendiri, eksploitatif dan kurang memiliki empati.

Berikut ini beberapa pengertian Narsisme dari beberapa sumber referensi :

- Ames, Rose dan Anderson (2006) mengemukakan bahwa narsisme dianggap sebagai suatu hal yang penting dan kompleks dari ciri-ciri kepribadian dan proses tersebut dapat meningkatkan rasa besar atau kemegahan dalam dirinya dan kebutuhan untuk dikagumi.
- Menurut Lam (2012) narsisme berawal dari perilaku aktualisasi terhadap konsep diri dan rasa percaya diri individu, yang dimana individu tersebut merasa bahwa dirinya memiliki keunikan, seperti memiliki intelegensi dan potensi yang lebih besar dari individu lain sehingga cenderung tidak menerima diri sendiri karena berperilaku secara berlebihan dari kemampuan serta keadaan yang sebenarnya.

## **B.2. Aspek-Aspek Kepribadian Narsisme**

Menurut Raskin & Terry (1988) terdapat tujuh aspek kepribadian narsistik, yaitu :

### a. *Authority*

Individu dengan kecenderungan kepribadian narsistik akan lebih terlihat mendominasi dapat terlihat sebagai perannya yang lebih senang memimpin atau yang lebih sering mengambil keputusan sendiri dibandingkan dengan orang lain.

### b. *Self sufficiency*

Individu ini merasa dirinya memiliki kemampuan diri yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Aspek ini juga sejalan dengan ketegasan, kemandirian, kepercayaan diri dan kebutuhan untuk berprestasi.

### c. *Superiority*

Individu dengan kepribadian kecenderungan narsistik akan lebih memiliki perasaan bahwa dirinya yang paling baik, hebat dan sempurna.

d. *Exhibitionism*

Lebih sering memperlihatkan penampilan fisiknya supaya mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap identitas dirinya. Contohnya seperti seseorang kerap melakukan foto selfie supaya dapat dilihat dan di sanjung oleh orang yang melihatnya.

e. *Exploitativeness*

Dirinya akan menggunakan orang lain sebagai sarana untuk menaikkan harga dirinya, seperti merendahkan orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari orang lain.

f. *Vanity*

Individu dengan kecenderungan narsistik kurang dapat menerima masukan atau sudut pandang dari orang lain terhadapnya atau dapat dikatakan bahwa dirinya memiliki sifat sombong, keras kepala atau angkuh.

g. *Entitlement*

Dirinya akan lebih cenderung untuk memiilih sesuai dengan kemauan dirinya tanpa memperhatikan lingkungan di sekitarnya meskipun itu akan membuatnya mendapat pertentangan dari orang sekitarnya.

## **II.C. Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme.**

Narsisme menurut Husni (2019) adalah perilaku individu yang terlalu mencintai diri sendiri. Individu dengan kecenderungan narisme bukan hanya sekedar bangga dengan kecantikan wajahnya, melainkan individu tersebut juga bersifat egois ketika menjalin hubungan dengan oranglain. Bagi dirinya yang paling penting adalah diri sendiri dan ia merasa dunia luar bukanlah hal yang penting. Menurut Lam (2012) narsisme berasal dari

konsep diri dan rasa percaya diri yang diaktualisasikan melalui perilaku seperti percaya diri sebagai individu yang unik, memiliki intelegensi yang lebih, dan memiliki potensi lebih dari orang lain sehingga individu tersebut berperilaku secara berlebihan ingin menampilkan kemampuan serta keadaan yang sebenarnya. Individu dengan kecenderungan narsisme biasanya sering terjadi pada individu yang merasa harga dirinya rendah (Adi & Yudiati, 2009). Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan, salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan narsisme adalah harga diri.

Harga diri menurut Kreitner, Robert, & Angelo (2001) adalah suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. Harga diri merupakan elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang dan akan berdampak luas pada sikap dan perilakunya. Harga diri menggambarkan sejauh mana individu tersebut menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kemampuan, keberartian, berharga, dan kompeten, dimana setiap individu yang memiliki harga diri ingin dihargai dan dipuji namun tidak melebihi dari ambang batas.

Menurut pandangan Rosenberg (1965), terdapat dua hal yang berperan dalam pembentukan harga diri yaitu bagaimana orang lain mengevaluasi dirinya (*reflected appraisals*) dan komprasi sosial (*social comparisons*). Perasaan-perasaan harga diri pada kenyataannya terbentuk oleh keadaan kita dan bagaimana orang lain memperlakukan kita. Harga diri ditinjau dari kondisinya dibedakan dalam dua kondisi yaitu kuat (*strong*) dan lemah (*weak*). Orang yang mempunyai harga diri yang kuat akan mampu membina relasi yang lebih baik dan sehat dengan orang lain, bersikap sopan, dan menjadikan dirinya menjadi orang yang berhasil, sebaliknya individu yang memiliki harga diri yang lemah memiliki citra diri negatif dan konsep diri yang buruk.

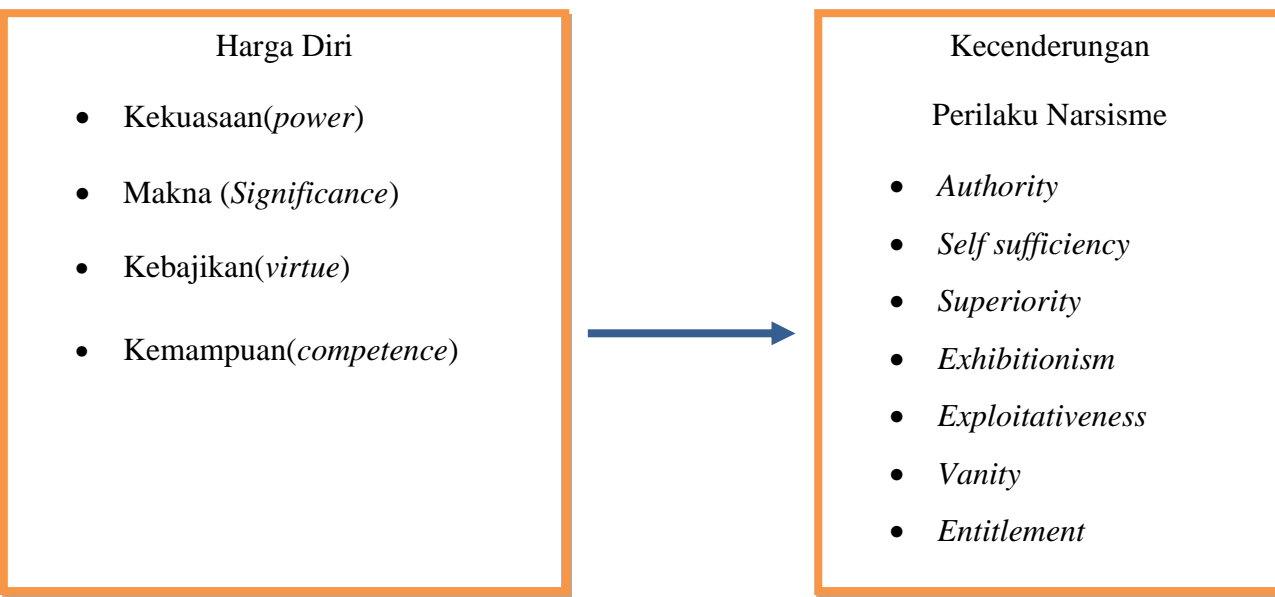
Individu dengan harga diri yang rendah rentan untuk menjadi depresi sehingga individu tersebut selalu ingin menjadi pusat perhatian dan membutuhkan pengakuan dari orang lain. Salah satu cara yang bisa individu lakukan adalah dengan mengunggah setiap kegiatan yang dilakukan di media sosial seperti akun *Instagram*. *Instagram* diciptakan pada tahun 2010 oleh Burbn, Inc yang merupakan sebuah perusahaan dengan teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. *Instagram* merupakan media hasil dari kemajuan teknologi komunikasi berupa aplikasi yang menjadi sarana publikasi dengan cara pengunggahan foto melalui jaringan internet dan dapat diakses pada smartphone berbasis ios atau android. *Instagram* adalah salah satu aplikasi media sosial yang sedang populer di kalangan masyarakat khususnya remaja maupun mahasiswa untuk berbagi foto dan video bahkan hal pribadi sekalipun.

Mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial *Instagram* yang secara berlebihan mengunggah foto, *update* status untuk menambah *followers* dapat mengindikasikan diri berkaitan dengan kecenderungan narsisme (Carpenter, 2012). Menurut Fox & Rooney (2015) kecenderungan narsisme dapat dilihat dari individu yang secara berlebihan mengupload foto ke media sosial *online*.

Menurut Kapidzic (2013) seseorang dengan kecenderungan narsisme, cenderung ingin menunjukkan daya tarik dirinya dengan cara memilih foto yang terbaik untuk diposting dan individu yang narsisme lebih cenderung memilih foto terbaik yang ingin diposting agar dapat menunjukkan gaya hidup mereka, kegiatan mereka, serta kepribadian mereka. Hal tersebut terjadi karena individu dengan kecenderungan narsisme ingin mendapatkan pengakuan serta pujian dari pengguna media sosial yang ada di sekitarnya agar individu tersebut dapat menaikkan harga dirinya, oleh karena itu, individu dengan kecenderungan

narsisme memerlukan media sosial yang salah satunya *Instagram* agar bisa lebih mudah mendapatkan perhatian dan dukungan sosial dari pengguna media sosial lainnya, sehingga individu pengguna *Instagram* tersebut dapat lebih meningkatkan harga dirinya. Hubungan kedua variabel secara deskripsi dapat dilihat pada gambar II.D berikut.

## II.D. Kerangka Konseptual



Gambar II.D.1.

## II.E. Hipotesis

### II.E. Hipotesis

Berdasarkan uraian dalam kerangka konseptual di atas dapat disimpulkan dimana semakin tinggi nilai harga diri maka semakin rendah kecenderungan perilaku narsisme, begitu pula sebaliknya, semakin rendah harga diri maka semakin tinggi kecenderungan perilaku narsisme, maka penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

Ho: Tidak adahubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan.

Ha: Adahubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik korelasi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Harga Diri

dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan.

## **A. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel dapat didefinisikan sebagai konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian yang dapat bervariasi secara kuantitatif atau secara kualitatif (Azwar, 2011). Pada bagian ini peneliti menjelaskan variabel penelitian yang digunakan yaitu sebagai berikut :

Variabel Bebas (X) : Harga diri (*self esteem*)

Variabel Terikat (Y) : Kecenderungan Perilaku Narsisme

## **B. Defenisi Operasional**

### **B.1. Variabel bebas (Harga Diri)**

Harga diri adalah persepsi individu mengenai dirinya, dan orang lain sebagai cerminan kualitas dan keberhargaan dirinya

### **B.2. Variabel tergantung (Kecenderungan Perilaku Narsisme)**

Narsisme adalah perasaan kagum berlebihan yang dimiliki individu dan ditandai dengan individu yang cenderung mempersepsikan dirinya secara berlebihan, senang diperhatikan, tidak suka jika di kritik, lebih mengutamakan dirinya sendiri dibanding orang lain, selalu ingin menampilkan kemampuannya, serta tidak peduli dengan orang lain.

## **C. Subyek Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan subjek dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usia berkisar antara 18 hingga 22 tahun.



2. Mahasiswa pengguna *Instagram*.
3. Mahasiswa yang adadi Kota Medan.

## D. Populasi dan Sampel

### D.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan.

### D.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2011), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti harus menggunakan sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat *non-probability sampling* dikarenakan populasi yang diteliti tidak diketahui jumlah pastinya. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri yang sudah ditentukan (Azwar, 2015). Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Michael & Isaac*

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 N - 1 + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

**$\lambda^2$  dengan  $dk = 1$ , taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%.**

**$P=Q=0,5$   $d = 0,05$ .  $S =$  jumlah sampel**

Menurut PDDikti (2019) dari 5 Universitas di Kota Medan terdapat populasi sebesar 100.065 orang, kemudian dengan taraf kesalahan 10%, didapatkan jumlah sampel penelitian sebanyak 270 orang. Jumlah ini diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi. Berikut sebaran data populasi dan sampel penelitian

## **E. Prosedur Penelitian**

Prosedur pelaksanaan penelitian ini terdiri dari dua tahap, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.

### **E.1. Persiapan Penelitian**

Penelitian ilmiah merupakan suatu cara memperoleh, mengembangkan maupun menguji suatu kebenaran dari ilmu pengetahuan. Maka dari itu untuk mendapatkan data yang akurat peneliti harus merencanakan dan menyiapkan langkah yang tepat untuk menyusun instrumen penelitian.

### **E.2. Pembuatan Alat Ukur**

Penelitian ini menggunakan alat ukur berbentuk skala yang disusun sendiri oleh peneliti dengan arahan dari dosen pembimbing. Skala Harga Diri disusun berdasarkan dimensi Harga Diri yang dikembangkan oleh Coopersmith (1998) dan juga dimensi Kecenderungan Narsisme yang disusun berdasarkan teori Raskin & Terry (1988). Penyusunan skala ini dilakukan dengan membuat blue print dan kemudian

dioperasionalkan dalam bentuk aitem-aitem pernyataan berdasarkan aspek yang ditentukan.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi, dimana responden diminta untuk memilih salah satu jawaban sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang (x). Skala psikologi adalah suatu prosedur pengambilan data yang mengungkapkan konstrak atau konsep psikologi yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 1999). Skala psikologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala harga diri dan skala kecenderungan perilaku narsisme.

Jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan format skala Likert. Skala penelitian ini berbentuk tipe pilihan dan tiap butir diberi empat pilihan dan tiap – tiap butir dari pertanyaan diberi empat butir pilihan jawaban. Bentuk pernyataan yang diajukan memiliki item *favourable* dan item *unfavourable*. Untuk masing – masing pernyataan disediakan lima alternatif jawaban yang menunjukkan sikap sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Cara penilaian skala ini yaitu dengan cara memberi skor pada sebuah skala agar dapat dianalisis lebih lanjut.

**Tabel 3.1 Penskoran Skala**

Pilihan Jawaban	Bentuk Pernyataan	
	Favorable	Unfavorable

Sangat Sesuai	5	1
Sesuai	4	2
Netral	3	3
Tidak Sesuai	2	4
Sangat Tidak Sesuai	1	5

### **F.1. Skala Harga Diri**

Skala harga diri bertujuan untuk mengetahui tingkat *self esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan, maka pengukuran harga diri yang dilakukan peneliti disusun berdasarkan aspek harga diri menurut Coopersmith (1998) yang terdiri dari 40 item pernyataan sebelum Uji Coba. *Blueprint* skala Harga Diri dapat dilihat pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2 *Blueprint* Harga Diri Sebelum Uji Coba**

No.	Aspek	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	<i>Power</i> (Kekuatan)	1,3,5,7,9	32,34,36,38,40	10
2	<i>Significance</i> (Keberartian)	11,13,15,17,19	22,24,26,28,30	10
3	<i>Virtue</i> (Kebijakan)	21,23,25,27,29	12,14,16,18,20	10
4	<i>Competence</i> (Kemampuan)	31,33,35,37,39	2,4,6,8,10	10
<b>TOTAL</b>		20	20	40

F.2. S  
kala  
Kecenderu  
ngan  
Perilaku  
Narsisme  
Skala  
Kecenderung

an Narsisme bertujuan untuk mengetahui kecenderungan perilaku narisme pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Medan, maka pengukuran Kecenderungan Perilaku Narsismeyang dilakukan peneliti disusun berdasarkan aspek harga diri yang disusun oleh Ames, Rose dan Anderson pada tahun 2006 (Raskin &Terry, 1988) yang terdiri dari 66 item sebelum Uji Coba dan 7 dimensi yang diantaranya *Authority, self sufficiency, Superiority, Exhibitionism, Exploitativeness, Vanity, Entitlement.Blueprint* skala Kecenderungan Perilaku Narsisme dapat dilihat pada Tebel 3.3.

**Tabel 3.3*Blueprint* Kecenderungan Narsisme Sebelum Uji Coba**

No.	Aspek	Item	Jumlah
-----	-------	------	--------

		<b>Favorable</b>	<b>Unfavorable</b>	
1.	<i>Authority</i> (Otoritas)	1, 3, 5, 7, 9	50,52,54,56,58	10
2.	<i>Self sufficiency</i> (Pemenuhan Diri)	11, 13, 15, 17, 19	40,42,44,46,48	10
3.	<i>Superiority</i> (Superioritas)	21, 23, 25, 27	60,62,64,66	8
4.	<i>Exhibitionism</i> (Eksibisionisme)	29, 31, 33, 35, 37	30,32,34,36,38	10
5.	<i>Exploitativeness</i> (Eksplorasi)	39, 41, 43, 45, 47	12,14,16,18,20	10
6.	<i>Entitlement</i> (Perasaan berhak atau istimewa)	49, 51, 53, 55, 57	2,4,6,8,10	10
7.	<i>Vanity</i> (Perasaan Menarik)	59, 61, 63, 65	22,24,26,28	8
<b>TOTAL</b>		33	33	66

Dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur pada 100 orang mahasiswa pengguna Instagram di Kota Medan. Pelaksanaan uji coba ini dilakukan pada tanggal 28 Agustus – 01 September 2019.

a. Skala Harga Diri

Dari hasil perhitungan komputerisasi melalui program *SPSS for Windows Release 17*, peneliti mendapatkan hasil reliabilitas untuk skala Harga Diri sebesar 0,838 dengan jumlah aitem 22. Sehingga *blue print* setelah uji coba adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Tabel Blueprint Harga Diri Setelah Uji Coba**

No.	Aspek	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	<i>Power</i> (Kekuatan)	9	34,36,38,40	5
2	<i>Significance</i> (Keberartian)	15,17,19	26, 28	5
3	<i>Virtue</i> (Kebijakan)	21,23,25,29	16,18,20	7
4	<i>Competence</i> (Kemampuan)	31,33	4,6,8	5
<b>TOTAL</b>		10	12	22

a. Skala Kecenderungan

Narsisme

Dari hasil perhitungan komputerisasi melalui program *SPSS for Windows Release 17*, peneliti mendapatkan hasil reliabilitas untuk skala Kecenderungan Narsisme sebesar 0,932 dengan jumlah aitem 34.

Sehingga *blue print* setelah uji coba adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.6**



### **Blue Print KecenderunganNarsisme Setelah Uji Coba**

<b>No.</b>	<b>Aspek</b>	<b>Item</b>		<b>Jumlah</b>
		<b>Favorable</b>	<b>Unfavorable</b>	
1.	<i>Authority</i> (Otoritas)	1, 3, 5, 7	50, 56	6
2.	<i>Self sufficiency</i> (Pemenuhan Diri)	15, 17	46	3
3.	<i>Superiority</i> (Superioritas)	25	64	2
4.	<i>Exhibitionism</i> (Eksibisionisme)	31, 35, 37	32, 34,36	6
5.	<i>Exploitativeness</i> (Eksplorasi)	43, 47	14,16,18,20	6
6.	<i>Entitlement</i> (Perasaan berhak atau istimewa)	55	2,4,6,8	5
7.	<i>Vanity</i> (Perasaan Menarik)	59, 63	22,24,26,28	6
<b>TOTAL</b>		15	19	34

#### **G. Pelaksanaan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada tanggal 08 September 2020 – 11 September 2020 pada mahasiswa di Kota Medan. Peneliti menyebarkan skala kepada 270 mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dengan kriteria yakni merupakan mahasiswa aktif pengguna Instagram, umur, dan mahasiswa yang ada di Kota Medan.

#### **H. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur**

##### **H.1. Validitas Alat Ukur**

Azwar (2010) mengatakan bahwa validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa untuk mendapatkan hasil yang lebih konsisten, digunakan teknik komputasi korelasi antara setiap item dengan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah skor

internal yaitu skor total alat ukur yang bersangkutan. Dengan menggunakan *content validity* berdasarkan isi dari item yang akan dilakukan untuk mengetahui item-item yang sudah dikerjakan. Konsistensi internal didapat dengan mengkorelasikan antara skor pada masing-masing item dengan skor total dengan menggunakan bantuan dari pembimbing (*profesional judgment*)

## **H.2. Reliabilitas Alat Ukur**

Reliabilitas sering diartikan sebagai kepercayaan, keterampilan, keterandalan, keajekan, kestabilan, dan konsistensi. Meskipun reliabilitas sering diartikan dalam bermacam-macam konsep, tetapi ide dasar yang terdapat pada konsep reliabilitas adalah tingkat kepercayaan dari hasil pengukuran (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur, uji coba ini dilakukan pada hari Jumat, 28 Agustus 2019. Uji coba alat ukur ini dilakukan peneliti di beberapa Universitas di Kota Medan, waktu yang digunakan peneliti dalam proses selama uji coba alat ukur dilakukan selama 5 hari, kemudian peneliti mengolah data yang diberikan responden dengan menggunakan *SPSS for Windows Release 17*.

Hasil yang diperoleh dari pengolahan data tersebut yaitu pada variabel independen dalam penelitian ini diperoleh *Alpha cronbach's* sebesar 0,801, setelah dilakukan analisis kedua kalinya diperoleh *Alpha cronbach's* sebesar 0,838, dan tidak terdapat lagi item yang gugur. Dari analisis data pada akhirnya alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini jumlah item untuk variabel independen sebanyak 22 item. Kemudian pada variabel dependen penelitian ini diperoleh *Alpha cronbach's* sebesar 0,877 setelah dilakukan analisis kedua kalinya diperoleh *Alpha cronbach's* sebesar 0,932.

Dari analisis data pada akhirnya alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini jumlah item untuk variabel dependen sebanyak 34 item.

## **I. TEKNIK ANALISIS DATA**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan statistic inferensial. Analisis deskriptif dilakukan dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, sedangkan analisis inferensial dilakukan dengan menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Alasan peneliti menggunakan Korelasi *Pearson Product Moment* dalam menganalisis data untuk menguji hipotesis sosiatif (uji hubungan) dua variabel. Sebelum data dianalisis dengan Teknik Korelasi *Pearson Product Moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data penelitian yang meliputi:

### **I.1. Uji Asumsi**

Uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi berdasarkan prinsip kurva normal. Uji normalitas untuk kedua data variabel dilakukan dengan menggunakan Uji *one-sample Kolmogorof-smirnov* dengan bantuan *SPSSfor Windows 17* data dikatakan terdistribusi normal jika  $p > 0,05$

#### **b. Uji Linearitas**

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data Perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear dengan data harga diri. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan bantuan *SPSS for Windows 17* Kedua variabel dikatakan berhubungan secara linear jika  $p < 0.05$

## **I.2. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* untuk menguji hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif yang dilakukan dengan syarat :

Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka  $H_1$  diterima