

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN
KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISME PADA
MAHASISWA PENGGUNA *INSTAGRAM* DI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**

SKRIPSI

Diajukan Oleh,

**Muhammad Haikal
NIM. 140901005
Mahasiswa Prodi Psikologi**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALM BANDA ACEH
2018**

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KECENDERUNGAN
PERILAKU NARSISME PADA MAHASISWA PENGGUNA *ISNTAGRAM*
DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai salah satu Beban Studi untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Psikologi**

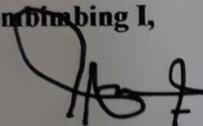
Oleh

MUHAMMAD HAIKAL

**Mahasiswa Fakultas Psikologi
Prodi Psikologi
NIM : 140901005**

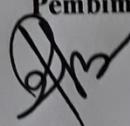
Disetujui Oleh :

Pembimbing I,



**Dr. Nurdin Bakri, M.Ag
NIP. 195706061992031002**

Pembimbing II,



**Fatmawati, S.Psi., B.Psych (Hons), M.Sc
NIDN 2002029003**

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KECENDERUNGAN
PERILAKU NARSISME PADA MAHASISWA PENGGUNA *INSTAGRAM*
DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**

SKRIPSI

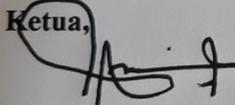
**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)**

**Diajukan Oleh:
Muhammad Haikal
NIM. 140901005**

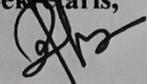
**Pada Hari/ Tanggal: Selasa, 7 Agustus 2018 M
25 Dzul-Qa'idah 1439**

**Di
Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

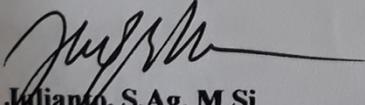
Ketua,


**Dr. Nurdin, M.Ag
NIP. 195706061992031002**

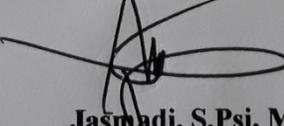
Sekretaris,


**Fatmawati, S.Psi., B.Psych (Hons), M.Sc
NIDN. 2002029003**

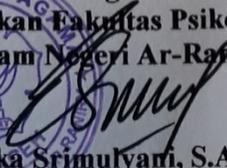
Penguji I,


**Julianjo, S.Ag, M.Si
NIP. 197209021997031002**

Penguji II,


**Jasradi, S.Psi, MA, Psikolog
NIP. 197609122006041001**

**Mengetahui
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh**



**Prof. Hilda Eka Srimulyani, S.Ag, MA, Ph.D
NIP. 1977021919982001**

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh” Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menempuh ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana jenjang Strata Satu (S-1) di Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, baik moril maupun materil. Sehubungan dengan hal tersebut maka pada kesempatan ini peneliti dengan kesungguhan hati menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Eka Sri Mulyani, S.Ag, MA, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, menyemangati, memotivasi, dan membimbing peneliti dengan tulus sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Julianto Saleh, M.Si selaku Ketua Prodi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah meluangkan waktu untuk mendidik peneliti sehingga peneliti bisa sampai disaat ini.

3. Bapak Dr. Nurdin, M.Ag, selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersedia membimbing saya hingga bisa menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
4. Ibu Fatmawati, S.Psi., B.Psych (Hons), M.Sc, selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, menyemangati, memotivasi, dan membimbing peneliti dengan tulus sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu dan mencurahkan ilmu yang sangat bermanfaat.
6. Penyemangat hidup Ibunda tercinta Hj. Rosmiah yang telah banyak berkorban dalam memberikan pendidikan kepada hingga ke perguruan tinggi, memberikan do'a sepanjang waktu, dukungan, semangat, cinta dan kasih sayang, serta memenuhi segala kebutuhan peneliti baik secara moril maupun materil.
7. Sepupu dan saudara-saudara yang telah mendoakan dan memberikan dukungan kepada peneliti.
8. Sahabat dan teman seperjuangan yang telah membantu, menyemangati, dan berbagi pengalaman yang cukup berarti kepada peneliti Mutia Rahmi, Cukri Ramadhan, Khairunnisak, Fatimah Zuhra, Danna Aulia Rizky dan seluruh teman-teman lainnya.
9. Semua yang terlibat dan ikut berkontribusi dalam penelitian yang tidak dapat disebutkan semuanya, terima kasih atas kontribusi yang telah diberikan untuk melancarkan dan menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena sesungguhnya kesempurnaan mutlak milik Allah SWT. Harapan peneliti semoga skripsi ini

bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait seperti, Lingkungan akademik Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh serta pembaca pada umumnya.

Banda Aceh, 30 Juli 2018

Muhammad Haikal

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Keaslian Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Harga Diri	11
1. Pengertian Harga Diri	11
2. Aspek-Aspek Harga Diri.....	13
B. Narsisme	15
1. Pengertian Narsisme	15
2. Aspek-Aspek Perilaku Narsisme	16

3. Faktor-Faktor Perilaku Narsisme	16
C. Remaja	17
1. Pengertian Remaja	17
2. Karakteristik Remaja	18
3. Proses Perkembangan Remaja	22
D. Hubungan antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Narsime.....	23
E. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan dan Metodologi Penelitian	25
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	25
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
D. Subjek Penelitia.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	33
G. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Subjek Penelitian	42
B. Hasil Penelitian	43
1. Kategorisasi Data Penelitian	43
2. Uji Prasyarat.....	47
3. Uji Hipotesis	48
C. Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53

B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	57
LAMPIRAN.....	58

Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa Pengguna *Instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh

ABSTRAK

Nama : Muhammad Haikal

Nim : 140901005

Kecenderungan perilaku narsisme adalah perilaku yang ditandai dengan kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian. Selain itu juga tumbuh perasaan paling mampu, dan unik. Salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku narsisme adalah harga diri. Harga diri merupakan suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Sampel penelitian berjumlah 200 mahasiswa (75 laki-laki dan 125 perempuan). Adapun teknik sampling dalam penelitian ini berbentuk *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala harga diri yang terdiri dari 34 aitem dan skala narsisme yang terdiri dari 31 aitem. Hasil analisis data menggunakan tehnik korelasi *Pearson* menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dan signifikan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh ($r=-646$, $p=0,000$, $p<0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin rendah harga diri maka semakin tinggi kecenderungan perilaku narsisme adapun sebaliknya. Hal tersebut menjelaskan bahwa harga diri yang negatif dapat menyebabkan kecenderungan perilaku narsisme.

Kata Kunci: Harga Diri, Narsisme, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

the relationship between self-esteem and the tendency of narcissistic behavior to students using Instagram at Ar-Raniry Islamic State University in Banda Aceh

abstract

Name : Muhammad Haikal
Nim : 140901005

Narcissistic behavioral tendency is a behavior that is characterized by a tendency to look at himself in an excessive way, happy to boast about himself and hope others give praise. Besides that it also grows the most capable, and unique feeling. One factor that influences the tendency of narcissistic behavior is self-esteem. Self-esteem is a self-value belief based on overall self-evaluation. This study aims to determine the relationship between self-esteem and the tendency of narcissistic behavior in students using Instagram at Ar-Raniry UIN Banda Aceh. The study sample consisted of 200 students (75 male and 125 female). The sampling technique in this study takes the form of purposive sampling. The measuring instrument used in this study is to use a self-esteem scale consisting of 34 items and narcissism scale consisting of 31 items. The results of data analysis using Pearson correlation techniques show that there is a negative and significant relationship between self-esteem and narcissistic behavior tendencies for students of Ar-Raniry State Islamic University Banda Aceh ($r = -0.646$, $p = 0,000$, $p < 0.05$). This indicates that the lower the self-esteem, the higher the tendency of narcissistic behavior and vice versa. This explains that negative self-esteem can lead to the tendency of narcissistic behavior.

Keywords: Self-Esteem, Narcissism, Students of Ar-Raniry State Islamic University Banda Aceh.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Santrock (2007), manusia dalam tahap perkembangannya mengalami beberapa tahapan, yaitu: tahap bayi (*infancy*), anak-anak awal (*early childhood*), usia bermain (*play age*), usia sekolah (*school age*), remaja (*adolescence*), dewasa awal (*young adulthood*), dewasa (*middle adulthood*) dan dewasa akhir (*late adulthood*). Pada setiap tahap perkembangan manusia, pola pikir dan perilaku juga berbeda.

Masa remaja (*adolescence*) merupakan periode peralihan perkembangan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa awal, yang dimulai pada usia 10 sampai 12 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 22 tahun. Pada masa ini, remaja lebih sering menghabiskan waktunya bersama teman-teman daripada bersama keluarga. Pada masa ini juga, remaja mengalami pertumbuhan dan perkembangan fisik ataupun psikis. Mereka bukanlah anak-anak, baik bentuk badan maupun cara berpikir atau bertindak, bukan pula orang dewasa yang telah matang (Darajat, dalam Marlioni, 2015). Adapun tugas perkembangan pada usia remaja, yaitu: (a) menerima fisiknya sendiri beserta keragaman kualitasnya, (b) menemukan manusia sebagai model yang dijadikan sebagai identitasnya, dan (c) menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri (Santrock, 2007).

Salah satu tugas perkembangan paling dominan pada masa remaja adalah pencarian identitas. Dalam pencarian identitas, remaja menghadapi tantangan untuk menemukan siapa diri mereka, apa yang akan mereka lakukan, dan kemana tujuan hidup mereka. Remaja dihadapkan dengan berbagai peran baru dan status dewasa, dari pekerjaan dan karir hingga pertemanan dan hubungan sepasang kekasih. Jika mereka tidak cukup mengeksplorasi identitas diri pada tahap ini, remaja akan mengalami kebingungan mengenai jati diri mereka (Erikson, dalam King, 2016). Di sisi lain salah satu cara untuk mencoba mengangkat diri sendiri sebagai individu adalah dengan menggunakan simbol status, baik dalam bentuk mobil, pakaian, atau kepemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat. Dengan cara ini, remaja menarik perhatian pada diri sendiri agar dipandang sebagai individu, sementara pada saat yang sama ia mempertahankan identitas dirinya terhadap kelompok sebaya (Erikson, dalam King, 2016).

Seiring dengan perkembangan teknologi pada zaman globalisasi ini, banyak kasus yang terjadi pada usia remaja dimana banyak remaja baik laki-laki maupun perempuan, lebih suka menjadi pusat perhatian banyak orang dengan cara mengunggah setiap foto aktivitas yang dilakukan di sosial media, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Path*, *Blackberry messenger* dan *Whatsapp*. Media sosial adalah media berbasis *interconnection networking* (internet) yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak (Hayes, 2017).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social*, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan *Hootsuite* mengungkapkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari laporan berjudul "*Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" yang diterbitkan tanggal 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan presentase 49%. Sebanyak 120 juta orang Indonesia menggunakan perangkat *mobile*, seperti *smartphone* atau *tablet* untuk mengakses media sosial, dengan presentase 45% (Hayes, 2017).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil surveinya menyebutkan bahwa terdapat tiga media sosial yang paling banyak dikunjungi. Menurut survei tersebut, *Facebook* berada di posisi pertama sebagai media sosial yang paling banyak menyedot pengguna internet Indonesia, dengan 71,6 juta pengguna atau 54%. Hal ini sebetulnya tidak terlalu mengejutkan, mengingat laporan dari *We Are Social* pun menempatkan *Facebook* sebagai media sosial dengan pengguna aktif terbanyak kedua, tepat setelah *BlackBerry Messenger* yang berada di posisi pertama. Kemudian di posisi kedua, media sosial untuk berbagi foto dan video pendek yaitu *Instagram* berhasil merebut hati para pengguna internet Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 19,9 juta atau 15%. Media sosial berikutnya yang paling banyak dikunjungi pengguna internet Indonesia adalah *YouTube*. Layanan berbagi video tersebut mengantongi 14,5 juta atau 11% (APJII, 2016).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh pengguna *gadget* saat ini terutama pada usia remaja. APJII juga telah melakukan penelitian yang mengungkapkan statistika presentase fakta pengguna *instagram* berdasarkan umur pada tahun 2017. Berdasarkan survey internal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna *instagram* pada tahun 2017 didominasi oleh kalangan pengguna dewasa berusia 18 hingga 24 tahun, dengan tingkat presentasi 36% dari jumlah keseluruhan. Kemudian di tahapan kedua disusul oleh pengguna dalam lingkup usia 25-35 tahun dengan tingkat presentase sebanyak 30%. Bagi remaja dalam kalangan usia 12 hingga 17 tahun, presentase tingkat penggunaan *instagram* pada tahun 2017 adalah 15% yang berada pada kedudukan ketiga. Berdasarkan hasil survei, pengguna akun media sosial *instagram* di seluruh dunia pada tahun 2017 lebih didominasi oleh kaum perempuan daripada laki-laki dengan perbedaan presentase perempuan sebanyak 60% dan laki laki sebanyak 40% dari jumlah keseluruhan 700 juta pengguna media sosial di seluruh dunia (Jasa All Sosmed, 2018).

Dampak media sosial juga dirasakan oleh remaja akhir di provinsi Aceh khususnya di kalangan mahasiswa. Salah satunya adalah mahasiswa yang sedang menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dari hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan pada 12 November 2017 di UIN Ar-Raniry Banda Aceh, banyak mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan yang sering sekali mengunggah fotonya di media sosial dengan latar tempat yang menarik, seperti kafe dan restoran. Sebagian dari mereka ada yang berani menghabiskan dana yang begitu besar untuk menikmati makanan di tempat yang mahal serta menarik supaya terlihat

modern, padahal semua perilaku ini menyiksa diri mereka sendiri. Hal seperti ini sudah menjadi kebiasaan dimana apabila mereka tidak melakukannya, biasanya individu seperti ini akan merasa terpuruk karena tidak menjadi pusat perhatian. Berikut adalah hasil wawancara terhadap beberapa mahasiswa di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Cuplikan wawancara 1:

“Waduh, aktif di media sosial? (tersenyum). aku orangnya kekinian lho, cek aja instagramnya aku fotonya terstruktur banget gitu (tertawa), aku kadang-kadang agak berat juga karena harus selalu tampil maksimal, padahal aku kadang-kadang ditegur sama abang aku sendiri karena terlalu tampil mewah di instagram yang tidak sesuai dengan uang jajan yang diberikan perbulannya, aku sih nyaman-nyaman aja selama tidak mengganggu orang lain. Aku terlalu ikutan kawan pastinya aku juga mau seperti mereka, aku merasa lebih percaya diri aja (tertawa) ketika mengunggah foto di instagram, malaham untuk instastory aku bisa 6 buah dalam satu hari. Aku dan kawan-kawan biasanya sering foto di tempat-tempat yang sedang ngetren ala-ala selebgram gitu seperti kafe, tempat wisata, mall, walaupun hanya pesan teh dingin (ketawa), tapi aku bahagia kok karena lebih pede aja gitu jujur suka juga suka jadi pengatur di geng aku, karena aku ketua gengnya. Adakalanya aku kepikiran ketika sudah lebih dari 2 minggu aku tidak mengunggah foto di instagram, jujur aku tidak mau lagi seperti ini terus lagian aku bukan orang yang berada. Ketika kecil dulu pas SMA, aku tidak pernah seperti ini malahan aku tipe orang pendiam tapi semua berubah ketika aku kuliah, mungkin karena pergaulannya atau entahlah. Udah ya capek aku ngomong, takutnya nanti keluar semua isi hatiku sama anak psikolog.” (UC, *Wawancara personal*, 27 Februari 2018).

Cuplikan wawancara 2:

“Hahahhah untuk apa ke tanya gitu? AD senang aja posting aktivitas di facebook kadang-kadang di instagram. Paling banyak sih di instagram karena banyak kawan-kawan akupun di situ, aku merasa tidak kalah dari teman-teman yang lainnya, gak mau kan nanti dibilang tidak gaul?. Bila di kampus AD orang yang pendiam dan tidak mau heboh ya begitu karena dikampus kan tidak cocok untuk bergaya. AD pun mau seru-seruan bila ada kawan yang pas aja sih, oh iya paling suka bila banyak orang komentar dan like foto AD di instagram, terasa seperti selebgram gitu ahhaahahahah. Jujur keluarga AD bukan orang berada tapi AD begini karena banyak dibantu sama kawan makanya AD heboh seperti ini, tapi bila keluarga AD tau pasti mereka marah makanya AD gak mau berteman dengan keluarga di media sosial hahaha, intinya AD bahagia dengan ini sekarang”. (AD, *Wawancara personal*, 3 Maret 2018).

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan bagaimana realita yang terjadi pada usia remaja, selalu tampil menarik di media sosial sangatlah penting untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka. Dalam mempertahankan dirinya segala upayapun dilakukan walaupun harus mengorbankan hal lainnya seperti kondisi keuangan keluarga. Sikap ini mengarah pada kecenderungan narsisme yang sangatlah cocok bagi remaja yang selalu ingin tampil prima dan maksimal. Orang yang memiliki sifat narsis tidak hanya gemar memotret diri sendiri lalu mengunggahnya di media sosial, akan tetapi juga gemar membanggakan diri sendiri pada orang lain (Jennifer, dalam Widiyanti, 2017).

Istilah narsisme diartikan sebagai cinta ekstrim atau paham yang mengharapkan diri sendiri sangat superior dan sangat penting, memiliki *extreme self importancy*, menganggap diri sendiri sebagai yang paling pandai, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus, dan segalanya. Individu yang bersangkutan tidak perlu memikirkan orang lain dan sangat egosentrik atau mementingkan diri sendiri, bagi dirinya yang paling penting adalah diri sendiri. Di sisi lain kecenderungan narsisme adalah sikap yang terlalu mencintai dirinya, biasanya orang-orang yang narsis cenderung mengunggulkan dirinya, merasa dirinya teramat baik, kagum pada dirinya sendiri, membutuhkan sanjungan dari lingkungan sekitarnya, dan tidak peka dengan kebutuhan orang lain (Santi, 2017).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku narsisme pada remaja adalah harga diri. Hal tersebut senada dengan pernyataan Santi (2017) yang menyatakan bahwa di usia remaja mereka lebih banyak menghabiskan waktu untuk menjadi pusat perhatian dengan mengunggah foto atau kegiatan di media sosial supaya disebut sebagai individu yang modern. Padahal bagi individu yang harga dirinya normal tidak akan berperilaku seperti ini,

hal ini dikarenakan semakin tingginya harga diri maka semakin rendah kecenderungan perilaku narsisme.

Harga diri (*self-esteem*) adalah suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. 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 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 (Kreitner, dalam Santi, 2017). Konteks sosial seperti keluarga, teman, dan sekolah, memiliki pengaruh terhadap perkembangan harga diri remaja (Dusek, dalam Santrock, 2007).

Dalam sebuah studi yang dilakukan baru-baru ini, tingginya narsisme, rendahnya empati, dan kepekaan terhadap penolakan, bersama-sama dengan harga diri yang rendah, berkaitan dengan pikiran-pikiran bengis pada remaja. Dalam studi lainnya, remaja yang memiliki pikiran-pikiran bengis atau sadis memperlihatkan harga diri yang fluktuasi dan cenderung lebih memiliki masalah perilaku, dan memiliki sejarah pengalaman memalukan yang mengancam ego mereka (Santrock, 2007). Sedangkan harga diri yang positif membuat orang dapat mengatasi kecemasan, kesepian, dan penolakan sosial. Dalam hal ini, harga diri menjadi alat ukur sosial (sosiometer) untuk melihat sejauh mana seseorang merasa diterima dan menyatu dengan lingkungan sosialnya. Dengan demikian, semakin positif harga diri yang dimiliki, semakin menunjukkan bahwa ia semakin merasa diterima dan menyatu dengan orang-orang di sekitarnya (Hogg, dalam Sarwono & Meinarno, 2009).

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “hubungan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh”.

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimanakah hubungan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini tentunya memiliki kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan dalam bidang psikologi, khususnya dalam bidang psikologi klinis, psikologi sosial, psikologi kepribadian, dan psikologi perkembangan.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai sumber informasi untuk melakukan usaha diagnosa terhadap kecenderungan perilaku narsisme. Selain itu dapat juga digunakan sebagai sumber informasi atau dapat dipakai sebagai data sekunder bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti tentang realita yang terjadi pada usia remaja.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang memiliki karakteristik yang relatif sama dalam hal tema dan kajian, meskipun berbeda dalam kriteria subjek, jumlah, dan metode analisis yang digunakan.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Apsari (2012) yang meneliti tentang hubungan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing pada pria metroseksual. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada variabel dan subyek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing. Penelitian tersebut dilakukan pada

populasi dengan ciri-ciri, diantaranya: laki-laki usia antara 20 sampai 30 tahun dan pernah memakai kosmetik merek asing (minimal 6 bulan). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Penelitian lainya juga pernah dilakukan oleh Santi (2017) mengenai dampak kecenderungan narsisisme terhadap *self-esteem* pada pengguna *facebook* mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas Negeri Padang. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada subyek penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara jumlah portal teman dalam *facebook* dengan tingkat kepercayaan diri. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *random sampling*.

Berdasarkan uraian di atas, meskipun ada penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan harga diri dan kecenderungan perilaku narsisme, namun tetap terdapat perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Dengan demikian, maka topik penelitian yang dilakukan benar-benar asli.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Menurut Kreitner (dalam Santi, 2017), 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. 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.

Harga diri merupakan elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang dan akan berdampak luas pada sikap dan perilakunya. Menurut pandangan Rosenberg (dalam Srisayekti, David, dan Setiady, 2015), terdapat dua hal yang berperan dalam pembentukan harga diri yaitu bagaimana orang lain mengevaluasi dirinya (*reflected appraisals*) dan komparasi sosial (*social comparisons*). Mereka yang memiliki harga diri rendah diduga memiliki kecenderungan menjadi rentan terhadap depresi, pengguna narkoba, dan dekat dengan kekerasan. Harga diri yang tinggi membantu meningkatkan inisiatif, resiliensi, dan perasaan puas pada diri seseorang (Baumeister, dalam Srisayekti, et al., 2015).

Menurut Baron (dalam Sarwono, 2009) harga diri menunjukkan keseluruhan sikap seseorang terhadap dirinya sendiri, baik positif maupun negatif. Lebih lanjut Vaughan (dalam Sarwono, 2009) mengatakan bahwa harga diri yang positif membuat orang merasa nyaman dengan dirinya di tengah kepastian dan membuat orang dapat mengatasi kecemasan, kesepian, dan penolakan sosial. Sedangkan menurut Coopersmith (dalam Indah, 2015) memiliki harga diri yang rendah membuat remaja cenderung mencari tempat untuk meningkatkan harga dirinya seperti mencari teman dan ikut dalam suatu kelompok. Masuk dalam kelompok tertentu selain dapat meningkatkan harga dirinya, juga dapat memenuhi rasa pengakuan dan penerimaan dirinya dengan orang lain. Akibat harga diri yang rendah remaja kurang memiliki nilai dan sikap yang demokratis serta orientasi yang kurang realistis sehingga remaja mudah dibujuk dan dipengaruhi oleh teman-temannya agar dapat diterima dan mendapatkan pengakuan dari kelompoknya. Di sisi lain Coopersmith (dalam Astuti, 2014) menyatakan bahwa harga diri merupakan keyakinan yang dimiliki individu bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa harga diri adalah penilaian yang diterapkan individu pada dirinya sendiri dalam bentuk perasaan positif dan negatif, serta menunjukkan tingkat kepercayaan individu terhadap dirinya bahwa individu yang bersangkutan merasa mampu, berarti, berharga, dan kompeten.

2. Aspek-Aspek Harga Diri

Aspek-aspek harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith (dalam Astuti, 2014) meliputi:

a. Kekuatan Individu (*Power*)

Kekuatan disini berarti kemampuan individu untuk mempengaruhi orang lain, serta mengontrol atau mengendalikan orang lain disamping mengendalikan dirinya sendiri. Apabila individu mampu mengontrol diri sendiri dan orang lain dengan baik maka hal tersebut akan mendorong terbentuknya harga diri yang positif atau tinggi, demikian juga sebaliknya. Kekuatan juga dikaitkan dengan inisiatif, pada individu yang memiliki kekuatan tinggi akan memiliki inisiatif yang tinggi, demikian sebaliknya.

b. Ketaatan Individu dan Kemampuan Memberi Contoh (*Virtue*)

Ketaatan Individu terhadap aturan dalam masyarakat serta tidak melakukan tindakan menyimpang dari norma dan ketentuan yang berlaku di masyarakat akan membuat individu tersebut diterima dengan baik oleh masyarakat. Demikian juga bila individu mampu memberikan contoh atau dapat menjadi panutan yang baik bagi lingkungannya, maka ia akan diterima secara baik oleh masyarakat. jadi ketaatan individu terhadap aturan masyarakat dan kemampuan memberi contoh bagi masyarakat dapat menimbulkan penerimaan lingkungan yang tinggi terhadap individu tersebut. Penerimaan lingkungan yang tinggi ini mendorong terbentuknya harga diri yang tinggi, demikian pula sebaliknya.

c. Keberartian Diri (*Significance*)

Keberartian menunjukkan pada kepedulian, perhatian, afeksi, dan ekspresi cinta yang diterima oleh seseorang dari orang lain yang menunjukkan adanya penerimaan dan popularitas individu dari lingkungan sosial. Penerimaan dari lingkungan ditandai dengan adanya kehangatan, respon yang baik dari lingkungan, adanya ketertarikan lingkungan terhadap individu, dan lingkungan menyukai individu sesuai dengan keadaan diri yang sebenarnya

d. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi diartikan sebagai usaha yang tinggi untuk mendapatkan prestasi yang baik sesuai dengan tahapan usianya. Misalnya, pada remaja putra akan berasumsi bahwa prestasi akademik dan kemampuan atletik adalah dua bidang utama yang digunakan untuk menilai kompetensinya, maka individu tersebut akan melakukan usaha yang maksimal untuk berhasil di bidang tersebut. Apabila usaha individu sesuai dengan tuntutan dan harapan, itu berarti individu memiliki kompetensi yang dapat membantu membentuk harga diri yang tinggi. Sebaliknya apabila individu sering mengalami kegagalan dalam meraih prestasi atau gagal memenuhi harapan dan tuntutan, maka individu tersebut merasa tidak kompeten. Hal tersebut dapat membuat individu mengembangkan harga diri yang rendah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat aspek yang berpengaruh dalam pembentukan harga diri, yaitu: 1) kekuatan individu, 2) ketaatan individu dan kemampuan memberi contoh, 3) keberartian diri, serta 4) kompetensi.

B. Narsisme

1. Pengertian Narsisme

Kartono (dalam Fauziah, 2005) mengartikan istilah narsisme sebagai cinta ekstrim, paham yang mengharapkan diri sendiri sangat superior dan sangat penting, terdapat unsur *extreme self importancy* yang menganggap diri sendiri sebagai individu yang paling pandai, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus, dan segalanya. Individu yang bersangkutan tidak perlu memikirkan orang lain dan sangat egosistik. Bagi dirinya yang paling penting adalah diri sendiri dan ia tidak penting bagi dunia luar.

Menurut Lam (dalam Widiyanti, 2017) 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 cenderung tidak menerima diri sendiri karena berperilaku secara berlebihan dari kemampuan serta keadaan yang sebenarnya.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa perilaku narsisme adalah perilaku yang ditandai dengan kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya, dan berharap orang lain memberikan pujian kepadanya.

2. Aspek-Aspek Kecenderungan Perilaku Narsisme

Street (2005) dalam DSM-IV (*Diagnostic Statistical and Manual Mental Disorder-Fourth Edition*) menyatakan bahwa individu dapat dianggap mengalami gangguan kecenderungan narsisme jika memiliki ciri-ciri berikut yang meliputi:

- a. Memiliki rasa kepentingan diri yang besar (misalnya, melebih-lebihkan pencapaian dan bakat, mengharapkan untuk diakui sebagai atasan tanpa prestasi sepadan).
- b. Sibuk dengan fantasi kesuksesan, kekuatan, kecemerlangan, penampilan yang menarik, atau cinta idea yang tidak terbatas.
- c. Percaya bahwa dirinya istimewa dan unik, hanya dapat dipahami oleh orang-orang atau lembaga-lembaga khusus atau berstatus tinggi lainnya.
- d. Membutuhkan kekaguman yang berlebihan
- e. Bersifat eksploitatif interpersonal, yaitu memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuannya sendiri.
- f. Tidak memiliki rasa empati yaitu tidak mau mengenali perasaan dan kebutuhan orang lain.
- g. Sering iri pada orang lain atau percaya bahwa orang lain iri padanya.
- h. Menunjukkan perilaku atau sikap sombong dan angkuh.
- i. Memiliki keinginan untuk diperlakukan secara istimewa oleh orang lain.

3. Faktor-Faktor Kecenderungan Perilaku Narsisme

Menurut Fauziah (2005), individu dengan kecenderungan narsisme tidak memiliki *self-esteem* yang mantap dan mereka rentan untuk menjadi depresi. Adapun menurut Lubis (dalam Apsari, 2012) perilaku narsisme disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya:

a. Faktor Psikologis

Narsisme terjadi karena tingkat aspirasi yang tidak realistis atau berkurangnya penerimaan terhadap diri sendiri.

b. Faktor Biologis

Secara biologis gangguan narsisme lebih banyak dialami oleh individu yang orangtuanya penderita neurotik. Selain itu jenis kelamin, usia, fungsi hormonal, dan struktur-struktur fisik yang lain ternyata berhubungan pula dengan narsisme.

c. Faktor Sosiologis

Narsisme dialami oleh semua orang dengan berbagai lapisan dan golongan, serta terdapat perbedaan yang nyata antara kelompok budaya tertentu dan reaksi narsisme yang dialaminya.

C. Remaja

1. Pengertian Remaja

Menurut Dusek (dalam Santrock, 2007), masa remaja (*adolescence*) merupakan periode peralihan perkembangan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa awal, yang dimulai pada usia 10 sampai 12 tahun dan diakhiri pada usia 18 sampai 22 tahun. Pada masa ini, remaja lebih sering menghabiskan banyak waktunya bersama teman-teman daripada bersama keluarga.

Hurlock (2009), mengartikan remaja sebagai suatu masa transisi atau peralihan, yaitu periode dimana individu secara fisik maupun psikis berubah dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Di sisi lain Sarwono (dalam Anggraini, 2016) mendefinisikan remaja sebagai suatu masa ketika individu berkembang dengan menunjukkan tanda-tanda seksual sekunder, mencapai kematangan seksual, mengalami perkembangan psikologis, dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, serta terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi menjadi mandiri. Menurut Salzman (dalam Sofiah, 2012), remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (*dependence*) terhadap orangtua ke arah kemandirian (*independence*), minat-minat seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral.

Berdasarkan beberapa definisi remaja di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa dengan ditandai beberapa tugas perkembangan baik secara fisik maupun psikis.

2. Karakteristik Remaja

Menurut Hurlock (2009), masa remaja memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

a. Masa Remaja Sebagai Masa Peralihan

Suatu peralihan tidak terputus dengan berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya, akan tetapi lebih merupakan sebuah peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Hal ini berarti bahwa apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekasnya pada apa yang terjadi sekarang dan waktu yang akan datang yang mempengaruhi pola perilaku dan sikap baru. Psikis remaja berasal dari masa kanak-kanak, dan banyak ciri yang umumnya dianggap sebagai ciri yang khas remaja sudah ada pada akhir masa kanak-kanak. Perubahan fisik yang terjadi selama tahun awal masa remaja mempengaruhi tingkat perilaku individu. Dalam setiap

periode peralihan, status individu tidak jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa ini, remaja bukan lagi seorang anak dan juga bukan orang dewasa. Dalam situasi seperti masa ini akan memberi keuntungan bagi remaja, karena status memberi waktu padanya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang paling sesuai bagi dirinya.

b. Masa Remaja Sebagai Masa Perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung dengan pesat. Ada empat perubahan yang sama yang hampir bersifat universal, yakni: *pertama*, meningginya emosi, yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologi yang terjadi. Perubahan informasinya biasanya berlangsung lebih cepat selama awal masa remaja, maka meningginya emosi lebih menonjol pada masa awal periode akhir masa remaja. *Kedua*, perubahan tubuh. Minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial untuk diperankan, menimbulkan masalah baru. Bagi remaja muda masalah baru yang timbul tampaknya lebih banyak dan sulit diselesaikan dibandingkan dengan masalah sebelumnya. Remaja akan tetap merasa ditimbuni masalah, sampai ia sendiri dapat menyelesaikannya menurut kepuasannya. *Ketiga*, dengan berubahnya minat dan pola perilaku, maka nilai-nilai juga berubah. Sesuatu yang pada masa kanak-kanak dianggap penting, sekarang setelah hampir dewasa tidak penting lagi. Misalnya, sebagian remaja tidak lagi menganggap bahwa banyaknya teman merupakan petunjuk popularitas yang lebih penting daripada sifat-sifat yang dikagumi dan dihargai oleh teman-teman sebaya. Sekarang mereka mengerti bahwa bahwa kualitas lebih penting dari kuantitas, *Keempat*, sebagian besar remaja bersifat ambivalen terhadap setiap perubahan. Mereka menginginkan

dan menuntut kebebasan, tetapi mereka sering takut bertanggung jawab akan akibatnya dan meragukan kemampuan mereka untuk dapat mengatasi tanggung jawab tersebut.

c. Masa Remaja Sebagai Usia Bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, akan tetapi masalah remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi baik oleh anak laki-laki maupun anak perempuan. Terdapat dua alasan bagi kehidupan tersebut. *Pertama*, sepanjang masa kanak-kanak, masalah anak-anak sebagian besar diselesaikan oleh orangtua dan guru-guru, sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah. *Kedua* karena para remaja merasa diri mandiri, sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri, menolak bantuan orang tua dan guru-guru.

d. Masa Remaja Sebagai Usia Yang Menimbulkan Ketakutan

Banyak anggapan populer tentang remaja yang mempunyai arti yang bernilai, namun sayang banyak diantaranya yang bersifat negatif. Anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi, yang tidak dapat dipercaya cenderung merusak dan berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja muda takut bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal. Stereotip cukup dikenal juga mempengaruhi konsep diri dan sikap remaja terhadap dirinya sendiri. Berkaitan dengan masalah stereotip budaya remaja, menjelaskan bahwa, stereotip juga berfungsi sebagai cermin yang ditegakkan masyarakat bagi remaja, yang menggambarkan citra diri remaja sendiri yang lambat laun dianggap sebagai gambaran yang asli dan remaja membentuk perilakunya sesuai dengan gambaran ini. Menerima stereotip ini dan adanya keyakinan bahwa orang dewasa mempunyai pandangan buruk terhadap remaja, membuat peralihan mereka ke masa dewasa menjadi sulit. Hal ini menimbulkan banyak

pertentangan dengan orang tua, dan antara orang tua dengan anak terjadi jarak yang menghalangi anak untuk meminta bantuan orangtua untuk mengatasi masalahnya.

e. Masa Remaja Sebagai Masa yang Tidak Realistis

Remaja cenderung memandang kehidupan sesuai dengan keinginannya. Remaja melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terutama dalam hal cita-cita. Cita-cita yang tidak realistis bukan hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga berlaku untuk keluarga dan teman-temannya, yang menyebabkan meningginya emosi sebagai ciri awal masa remaja. Semakin tidak realistis cita-citanya maka ia akan menjadi makin marah. Remaja akan sakit hati dan kecewa apabila orang lain mengecewakannya, atau apabila tujuan yang ditetapkannya tidak tercapai. Dengan bertambahnya pengalaman pribadi dan pengalaman sosial, dan meningkatnya kemampuan untuk berpikir rasional, remaja yang lebih besar memandang diri sendiri, keluarga, teman-teman dan kehidupan pada umumnya secara realistis.

f. Masa Remaja Sebagai Ambang Masa Dewasa

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun, untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Namun berpakaian dan berperilaku seperti orang dewasa ternyata belum cukup. Oleh karena itu, remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang yang dihubungkan dengan status dewasa, yaitu: merokok, minum minuman keras, narkoba, dan melakukan perbuatan seks. Remaja menganggap bahwa perilaku tersebut akan memberikan citra yang mereka inginkan.

3. Proses Perkembangan Remaja

Santrock (2007) mengemukakan bahwa terdapat tiga proses perkembangan remaja, yaitu:

a. Proses Biologis

Proses biologis melibatkan perubahan fisik dalam tubuh individu. Selain itu proses biologis juga meliputi gen-gen yang diwariskan dari orangtua, perkembangan otak, tinggi, dan berat badan. Perubahan lain seperti keterampilan motorik dan perubahan hormonal juga terjadi di masa pubertas.

b. Pola Kognitif Remaja

Pada tahap operasional formal, individu atau remaja bergerak melebihi dunia pengalaman yang aktual, kongkrit, dan berfikir lebih abstrak serta biologis. Remaja mulai mengembangkan pemikiran mengenai masa depan dengan hal-hal yang ideal, seperti berpikir tentang orang tua yang ideal dan mulai membanding-bandingkan orang tua masing-masing.

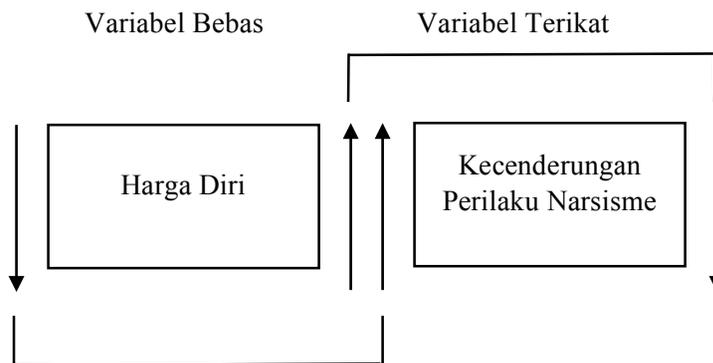
c. Sosio-Emosional

Proses sosio-emosional melibatkan perubahan dalam hal emosi, kepribadian, relasi dengan orang lain, dan konteks sosial. Menanggapi perkataan orang tua, agresi terhadap teman sebaya, kegembiraan terhadap pertemuan sosial, dan orientasi para gender merupakan proses sosio-emosional pada perkembangan remaja.

D. Hubungan Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme

Salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku narsisme adalah adanya harga diri rendah dan tidak mantap (Fauziah, 2005). Mereka dengan harga diri yang rendah rentan untuk menjadi depresi sehingga mereka selalu ingin menjadi pusat perhatian dan membutuhkan pengakuan dari orang lain. Salah satu cara yang bisa mereka lakukan adalah dengan mengunggah setiap kegiatan yang dilakukan di media sosial seperti akun *instagram*.

Dapat diartikan bahwa 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. Oleh karena itu, semakin tingginya harga diri seorang individu, maka dapat diprediksi kecenderungan perilaku narsisme semakin rendah, sebaliknya semakin rendah harga diri seseorang, maka semakin meningkat perilaku narsisme pada individu tersebut. Hubungan kedua variabel secara deskripsi dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut.



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

E. Hipotesis

Berdasarkan uraian dalam kerangka konseptual di atas, maka penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 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.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan 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 narisisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas

Harga Diri

2. Variabel Terikat

Kecenderungan Perilaku Narsisme

C. Definisi Operasional

1. Harga Diri

Harga diri merupakan keyakinan yang dimiliki individu bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga yang diukur melalui skala harga diri yang dikembangkan dari aspek harga diri yang diungkapkan oleh Coopersmith (dalam

Astuti, 2014), yaitu: kekuatan individu (*power*), ketaatan individu dan kemampuan memberi contoh (*virtue*), keberartian diri (*significance*), kompetensi (*competence*).

2. Kecenderungan Perilaku Narsisme

Perilaku narsisme adalah perilaku yang ditandai dengan kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya, dan berharap orang lain memberikan pujian. Kecenderungan perilaku narsisme dalam penelitian ini diukur melalui skala narsisme yang terdiri dari beberapa aspek menurut DSM-IV (Street, 2005), yaitu:

- a. Memiliki rasa kepentingan diri yang besar (misalnya, melebih-lebihkan pencapaian dan bakat, mengharapkan untuk diakui sebagai atasan tanpa prestasi sepadan).
- b. Sibuk dengan fantasi kesuksesan, kekuatan, kecemerlangan, penampilan yang menarik, atau cinta idea yang tidak terbatas.
- c. Percaya bahwa dirinya istimewa dan unik, hanya dapat dipahami oleh orang-orang atau lembaga-lembaga khusus atau berstatus tinggi lainnya.
- d. Membutuhkan kekaguman yang berlebihan
- e. Bersifat eksploitatif interpersonal, yaitu memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuannya sendiri.
- f. Tidak memiliki rasa empati yaitu tidak mau mengenali perasaan dan kebutuhan orang lain.
- g. Sering iri pada orang lain atau percaya bahwa orang lain iri padanya.
- h. Menunjukkan perilaku atau sikap sombong dan angkuh.

- i. Memiliki keinginan untuk diperlakukan secara istimewa oleh orang lain.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi penelitian (Azwar, 2015). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Sampel

Azwar (2015) menjelaskan sampel adalah sebagian individu dari populasi dan minimal mempunyai suatu ciri dan sifat yang sama dengan populasi. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan 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). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usia berkisar antara 18 hingga 22 tahun.
- b. Aktif dalam media sosial *instagram*.
- c. Mahasiswa aktif di UIN Ar-Raniry.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua skala psikologi yang dirumuskan secara *favorable* dan *unfavorable* tentang variabel yang diteliti, yakni variabel harga diri dan variabel kecenderungan perilaku narsisme. Jawaban di dalam skala dinyatakan dalam empat kategori yang dimodifikasi tanpa menggunakan jawaban ragu-ragu. Hal tersebut dilakukan oleh penulis dengan alasan bahwa dengan adanya jawaban ragu-ragu dimungkinkan memiliki arti ganda. Alasan lainnya, yakni karena adanya jawaban ragu-ragu dapat menimbulkan kecenderungan subjek untuk menjawab di tengah terutama bagi subjek yang tidak yakin dengan jawaban pasti. Berikut adalah gambaran skala yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Skala Harga Diri

Skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek harga diri yang diungkapkan oleh Coopersmith (dalam Astuti, 2014), yaitu:

1) Kekuatan individu (*power*)

Aitem dalam dimensi ini akan mempertanyakan seberapa jauh seseorang mampu mempengaruhi dan mengontrol orang lain, mengontrol diri sendiri, dan memiliki inisiatif.

2) Ketaatan individu dan kemampuan memberi contoh (*virtue*)

Aitem dalam dimensi ini akan mempertanyakan seberapa baik seseorang bertindak sesuai aturan dan mampu menjadi contoh atau teladan bagi orang lain.

3) Keberartian diri (*significance*)

Aitem dari dimensi ini akan mempertanyakan seberapa jauh seseorang mendapatkan perhatian dan kepedulian dari orang lain dan mampu menjadi pribadi yang disenangi atau dicintai.

4) Kompetensi (*competence*)

Aitem dari dimensi ini akan mempertanyakan seberapa besar seseorang memiliki usaha yang tinggi untuk mendapatkan prestasi yang baik.

Tabel 3.1. Spesifikasi Skala Harga Diri Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Kekuatan individu (<i>power</i>)	1, 2, 14, 15, 32	7, 8, 22, 23, 24	10
2	Ketaatan individu dan kemampuan memberi contoh (<i>virtue</i>)	3, 16, 17, 33, 39	9, 25, 26, 35, 37	10
3	Keberartian diri (<i>significance</i>)	4, 5, 18, 19, 38, 40	10, 11, 27, 28, 29, 36	12
4	Kompetensi (<i>competence</i>)	6, 20, 21, 34	12, 13, 30, 31	8
Jumlah		20	20	40

Bobot keseluruhan dari pengukuran skala harga diri ini terdiri dari 40 aitem yang dibagi ke dalam 20 aitem *favorable* dan 20 aitem *unfavorable*. Aitem *favorable* bila pernyataan mendukung adanya harga diri dalam diri seseorang, sebaliknya aitem *unfavorable* bila pernyataan tidak mendukung adanya harga diri dalam diri seseorang.

Skala harga diri mempunyai empat dimensi jawaban, yaitu Sangat Sesuai, Sesuai, Tidak Sesuai, dan Sangat Tidak Sesuai. Penilaian pada skala harga diri ini bergerak dari empat sampai dengan satu untuk aitem *favorable* dan dari satu sampai dengan empat untuk aitem *unfavorable*.

Tabel 3.2. Skor Item Skala Harga Diri

Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
SS (Sangat Sesuai)	4	1
S (Sesuai)	3	2
TS (Tidak Sesuai)	2	3
SS (Sangat Tidak Sesuai)	1	4

b. Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme

Skala kecenderungan perilaku narsisme dalam penelitian ini diukur melalui beberapa aspek dalam DSM-IV (Street, 2005), yaitu:

- 1) Memiliki rasa kepentingan diri yang besar (misalnya, melebih-lebihkan pencapaian dan bakat, mengharapkan untuk diakui sebagai atasan tanpa prestasi sepadan).
- 2) Sibuk dengan fantasi kesuksesan, kekuatan, kecemerlangan, penampilan yang menarik, atau cinta idea yang tidak terbatas.
- 3) Percaya bahwa dirinya istimewa dan unik, hanya dapat dipahami oleh orang-orang atau lembaga-lembaga khusus atau berstatus tinggi lainnya.
- 4) Membutuhkan kekaguman yang berlebihan
- 5) Bersifat eksploitatif interpersonal, yaitu memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuannya sendiri.
- 6) Tidak memiliki rasa empati yaitu tidak mau mengenali perasaan dan kebutuhan orang lain.
- 7) Sering iri pada orang lain atau percaya bahwa orang lain iri padanya.
- 8) Menunjukkan perilaku atau sikap sombong dan angkuh.

- 9) Memiliki keinginan untuk diperlakukan secara istimewa oleh orang lain.

Tabel 3.3. Spesifikasi Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme Sebelum Uji Coba

No.	Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
1	Memiliki rasa kepentingan diri yang besar	1, 19	10, 28	4
2	Dipenuhi dengan fantasi	2, 20	11, 29	4
3	Merasa diri adalah individu yang istimewa dan unik	3, 21	12, 30	4
4	Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi	4, 22	13, 31	4
5	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	5, 23	14, 32	4
6	Tidak memiliki rasa empati	6, 24	15, 33	4
7	Perasaan iri	7, 25	16, 34	4
8	Berperilaku arogan dan angkuh	8, 26	17, 35	4
9	Memiliki keinginan untuk diperlakukan secara istimewa oleh orang lain.	9, 27	18, 36	4
TOTAL		18	18	36

Bobot keseluruhan dari pengukuran skala kecenderungan perilaku narsisme ini terdiri dari 36 aitem yang dibagi ke dalam 18 aitem *favorable* dan 18 aitem *unfavorable*. Aitem *favorable* bila pernyataan mendukung adanya kecenderungan perilaku narsisme dalam diri seseorang,

sebaliknya aitem *unfavorable* bila pernyataan tidak mendukung adanya kecenderungan perilaku narsisme dalam diri seseorang.

Skala kecenderungan perilaku narsisme ini mempunyai empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai, Sesuai, Tidak Sesuai, dan Sangat Tidak Sesuai. Penilaian pada kecenderungan perilaku narsisme ini bergerak dari empat sampai dengan satu untuk aitem *favorable* dan dari satu sampai dengan empat untuk aitem *unfavorable*.

Tabel 3.4. Skor Aitem Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme

Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
SS (Sangat Sesuai)	4	1
S (Sesuai)	3	2
TS (Tidak Sesuai)	2	3
SS (Sangat Tidak Sesuai)	1	4

2. Prosedur Penelitian

a. Persiapan Alat Ukur Penelitian

Tahapan pertama dalam pelaksanaan penelitian yaitu mempersiapkan alat ukur untuk pengumpulan data penelitian. Pada penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah dua skala psikologi yaitu skala harga diri dan kecenderungan perilaku narsisme, kedua skala ini disusun dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono, (2013) menyatakan dengan skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun aitem-aitem instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Selanjutnya dilakukan *expert review* melalui konsultasi dengan empat *reviewer* dengan kualifikasi telah lulus Strata Dua (S2) dan memiliki keahlian di bidang psikologi. Tujuannya adalah untuk melihat apakah skala yang disusun sudah sesuai dengan konstruk psikologis yang diukur. *Expert review* terhadap skala harga diri dan narsisme telah dilakukan pada tanggal 10 Juli 2018. Selanjutnya, peneliti mempersiapkan skala penelitian untuk dilakukan uji coba (*try out*)

b. Pelaksanaa Uji Coba (*Try Out*) Alat Ukur

Uji coba dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2018 sampai dengan 18 Juli 2018 kepada 60 orang subjek yang mendekati karakteristik penelitian, yaitu mahasiswa UIN Ar-Raniry yang aktif dalam media sosial *instagram*. Uji coba dilakukan di lingkungan kampus UIN Ar-Raniry dengan memberikan beberapa skala penelitian yang ditujukan kepada subjek yang memenuhi kriteria peneliti. Selanjutnya, setiap subjek uji coba diberikan dua buah skala psikologi dengan total 76 butir aitem, yang terdiri dari 40 aitem skala harga diri dan 36 aitem skala kecenderungan perilaku narsisme. Setelah semua skala kembali terkumpul, peneliti melakukan skoring dan analisis kedua skala tersebut dengan bantuan program SPSS versi 23.0 *for Windows*.

c. Proses Pelaksanaan Penelitian

Proses pengumpulan data penelitian berlangsung selama 4 hari, yaitu dari tanggal 23 Juli 2018 sampai dengan 26 Juli 2018. Adapun penyebaran skala dilakukan dengan membagikan skala kepada subjek yang memenuhi kriteria penelitian.

F. Validitas Dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu alat ukur dapat dikatakan valid apabila digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur secara tepat (Azwar, 2015). Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*). Menurut Azwar (2015), validitas isi merupakan validitas yang diestimasi dan dikuantifikasi lewat pengujian terhadap isi skala melalui *expert review* oleh beberapa orang *reviewer* untuk memeriksa apakah masing-masing aitem mencerminkan ciri perilaku yang ingin diukur. Oleh karena itu, untuk mencapai validitas tersebut, maka skala yang telah disusun akan dinilai oleh beberapa orang *reviewer*.

Komputasi validitas yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah komputasi *CVR* (*Content Validity Ratio*). Data yang digunakan untuk menghitung *CVR* diperoleh dari hasil penilaian sekelompok ahli yang disebut *Subject Matter Experts (SME)*. *SME* diminta untuk menyatakan apakah isi suatu aitem dikatakan esensial untuk mendukung indikator keberperilaku/atribut psikologis apa yang hendak diukur (Azwar, 2015). Suatu aitem dikatakan esensial apabila aitem tersebut dapat mempresentasikan dengan baik tujuan pengukuran (Azwar, 2015). Adapun statistik *CVR* dirumuskan sebagai berikut:

$$CVR = \frac{2ne}{n} - 1$$

Keterangan:

ne = Banyaknya *SME* yang menilai suatu aitem “esensial”

n = Banyaknya *SME* yang melakukan penilaian

Hasil komputasi *CVR* dari skala harga diri dan kecenderungan perilaku narsisme yang penulis pakai dengan *expert judgement* sebanyak empat orang, dapat dilihat pada tabel 3.5 dan 3.6 di bawah ini.

Tabel 3.5. Koefisien *CVR* Skala Harga diri

No.	Koefisien <i>CVR</i>	No.	Koefisien <i>CVR</i>	No.	Koefisien <i>CVR</i>	No.	Koefisien <i>CVR</i>
1.	1	11.	0,5	21.	1	31.	0,5
2.	1	12.	0,5	22.	0,5	32.	1
3.	0,5	13.	0,5	23.	0,5	33.	0,5
4.	0,5	14.	1	24.	1	34.	0,5
5.	1	15.	1	25.	0,5	35.	1
6.	0,5	16.	1	26.	1	36.	1
7.	0,5	17.	0,5	27.	1	37.	0,5
8.	1	18.	0,5	28.	1	38.	1
9.	1	19.	1	29.	0,5	39.	0,5
10.	1	20.	1	30.	1	40.	0,5

Tabel 3.6. Koefisien *CVR* Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme

No.	Koefisien <i>CVR</i>	No.	Koefisien <i>CVR</i>	No.	Koefisien <i>CVR</i>	No.	Koefisien <i>CVR</i>
1.	0,5	10.	0,5	19.	1	28.	0,5
2.	1	11.	1	20.	1	29.	1
3.	1	12.	0,5	21.	1	30.	1
4.	0,5	13.	0,5	22.	0,5	31.	1
5.	1	14.	0,5	23.	1	32.	0,5
6.	0,5	15.	0,5	24.	1	33.	0,5
7.	1	16.	1	25.	1	34.	0,5
8.	0,5	17.	0,5	26.	0,5	35.	1
9.	1	18.	0,5	27.	0,5	36.	1

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* pada dua skala di atas (dalam tabel 3.5 dan 3.6) memperlihatkan bahwa semua koefisien *CVR* berada di atas nol (0), sehingga semua aitem dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Sebelum penulis melakukan analisis reliabilitas, penulis terlebih dahulu melakukan analisis daya beda aitem yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing aitem dengan nilai total aitem. Perhitungan daya beda aitem menggunakan koefisien korelasi *product moment* dari Pearson. Berikut rumus korelasi *product moment*:

$$r_{iX} = \frac{\sum iX - (\sum i)(\sum X)/n}{\sqrt{[\sum i^2 - (\sum i)^2/n][\sum X^2 - (\sum X)^2/n]}}$$

Keterangan:

i = Skor aitem

X = Skor skala

n = Banyaknya responden

Kriteria dalam pemilihan aitem yang penulis gunakan berdasarkan korelasi aitem total yaitu menggunakan batasan $r_{iX} \geq 0,25$ untuk aitem harga diri dan batasan $r_{iX} \geq 0,25$ untuk aitem kecenderungan perilaku narsisme. Setiap aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,25 maka daya bedanya dianggap memuaskan, sebaliknya aitem yang memiliki harga r_{iX} kurang dari 0,25 diinterpretasi memiliki daya beda yang rendah.

Hasil analisis daya beda aitem masing-masing skala harga diri dan narsisme dapat dilihat pada tabel 3.7 dan 3.8 di bawah ini.

Tabel 3.7. Koefisien Daya Beda Aitem Skala Harga Diri

No.	r_{ix}	No.	r_{ix}	No.	r_{ix}	No.	r_{ix}
1.	0.339	11.	0.617	21.	0.734	31.	0.405
2.	0.260	12.	0.582	22.	0.620	32.	0.109
3.	0.449	13.	0.374	23.	0.214	33.	0.298
4.	0.157	14.	0.406	24.	0.273	34.	0.473
5.	0.255	15.	0.392	25.	0.162	35.	0.118
6.	0.341	16.	0.490	26.	0.583	36.	0.400
7.	0.365	17.	0.133	27.	0.684	37.	0.305
8.	0.404	18.	0.368	28.	0.504	38.	0.420
9.	0.379	19.	0.404	29.	0.455	39.	0.535
10.	0.511	20.	0.621	30.	0.532	40.	0.275

Tabel 3.8. Koefisien Daya Beda Aitem Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme

No.	r_{ix}	No.	r_{ix}	No.	r_{ix}	No.	r_{ix}
1.	0.488	10.	0.093	19.	0.474	28.	0.144
2.	0.487	11.	0.598	20.	0.398	29.	-0.085
3.	0.636	12.	0.768	21.	0.655	30.	0.400
4.	0.499	13.	0.323	22.	0.641	31.	0.369
5.	0.589	14.	0.078	23.	0.715	32.	0.392
6.	0.683	15.	0.416	24.	0.481	33.	0.372
7.	0.712	16.	0.477	25.	0.610	34.	0.375
8.	0.615	17.	0.519	26.	0.454	35.	0.389
9.	0.453	18.	0.436	27.	0.152	36.	0.537

Berdasarkan tabel 3.7 dan 3.8 di atas, untuk harga diri dari 40 aitem diperoleh 34 aitem yang terpilih dan 6 aitem yang tidak terpilih (4, 17, 23, 25, 32, 35). Selanjutnya 34 aitem tersebut dilakukan analisis reliabilitas. Sedangkan untuk kecenderungan

perilaku narsisme dari 36 aitem diperoleh 31 aitem yang terpilih dan 5 aitem yang tidak dipilih (10, 14, 27, 28, 29). Selanjutnya 31 aitem tersebut dilakukan analisis reliabilitas.

Adapun untuk menghitung koefisien reliabilitas kedua skala ini, menggunakan teknik Alpha dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = 2 \left[1 - \frac{S_{y1}^2 + S_{y2}^2}{S_x^2} \right]$$

Keterangan:

S_{y1}^2 dan S_{y2}^2 = Varians skor Y1 dan Varians skor Y2
 S_x^2 = Varians skor X

Hasil analisis reliabilitas pada skala harga diri diperoleh $r_{iX} = 0,892$. Selanjutnya penulis melakukan analisis reliabilitas tahap kedua dengan membuang 6 aitem yang tidak terpilih (daya beda yang rendah). Hasil analisis reliabilitas pada skala harga diri tahap kedua diperoleh $r_{iX} = 0,903$. Sedangkan hasil analisis reliabilitas pada skala kecenderungan perilaku narsisme adalah $r_{iX} = 0,913$. Selanjutnya penulis melakukan analisis reliabilitas tahap kedua dengan membuang 5 aitem yang tidak terpilih (daya beda yang rendah). Hasil analisis reliabilitas pada skala narsisme tahap kedua, diperoleh $r_{iX} = 0,927$.

Uji coba tahap pertama menunjukkan indeks daya beda pernyataan skala harga diri berkisar antara 0,109 hingga 0,734 dan indeks daya beda pernyataan skala kecenderungan perilaku narsisme antara -0,085 hingga 0,768. Sedangkan hasil uji coba tahap kedua menunjukkan indeks daya beda pernyataan skala harga diri berkisar antara

0,203 hingga 0,746, dan indeks daya beda pernyataan skala kecenderungan perilaku narsisme berkisar antara 0,297 hingga 0,775.

Berdasarkan hasil validitas dan reliabilitas di atas, penulis memaparkan *blue print* akhir dari kedua skala tersebut sebagaimana yang dipaparkan pada tabel 3.9 dan 3.10 di bawah ini.

Tabel 3.9. *Blue Print* Akhir Skala Harga Diri

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Kekuatan individu (<i>power</i>)	1, 2, 15, 16	8, 9, 20, 21	8
2	Ketaatan individu dan kemampuan memberi contoh (<i>virtue</i>)	3, 4, 17, 26	10, 11, 22	7
3	Keberartian diri (<i>significance</i>)	5, 6, 18, 27, 32	12, 13, 23, 29, 30, 34	11
4	Kompetensi (<i>competence</i>)	7, 19, 28, 33	14, 24, 31, 25	8
Jumlah		17	17	34

Tabel 3.10. *Blue Print* Akhir Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Memiliki rasa kepentingan diri yang besar	1, 18	-	2
2	Dipenuhi dengan fantasi	2, 19	10	3
3	Merasa diri adalah individu yang istimewa dan unik	3, 20	11, 25	4
4	Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi	4, 21	12, 26	4
5	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	5, 22	13	3

6	Tidak memiliki rasa empati	6, 31	14, 17	4
7	Perasaan iri	7, 23	15, 28	4
8	Berperilaku arogan dan angkuh	8, 24	16, 29	4
9	Memiliki keinginan untuk diperlakukan secara istimewa oleh orang lain.	9	17, 30	3
TOTAL		17	14	31

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat

Langkah pertama yang harus dilakukan untuk menganalisis data penelitian yaitu dengan cara uji prasyarat. Uji prasyarat yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

a. Uji Normalitas Sebaran

Uji normalitas sebaran merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan rumus analisis Skewness dan Kurtosis. Skewness atau disebut juga ukuran kemiringan yaitu suatu bilangan yang dapat menunjukkan miring atau tidaknya bentuk kurva suatu distribusi frekuensi, sedangkan Kurtosis adalah derajat ketidaksimetrisan suatu distribusi. Adapun cara menguji normalitas adalah $Z_{skewness} = \text{Nilai Ratio Skewness/Standart Error Skewness}$, dan $Z_{kurtosis} = \text{Nilai Ratio Kurtosis/Standart Error Kurtosis}$. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai kritis (Z), baik $Z_{skewness}$ atau $Z_{kurtosis}$ tidak boleh lebih dari 2,58 (taraf signifikansi 1%) atau 1,96 (taraf signifikansi 5%) (Irianto, 2008).

b. Uji Linieritas

Uji asumsi selanjutnya setelah uji normalitas terpenuhi yaitu uji linieritas. Uji linieritas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang dapat ditarik garis lurus bila nilai signifikansi pada linieritas lebih dari 0,05 (Priyatno, 2011). Pengujian linieritas dalam penelitian ini menggunakan *test for linearity*.

2. Uji Hipotesis

Langkah kedua yang dilakukan setelah uji prasyarat terpenuhi, maka dilakukan uji hipotesis penelitian. Untuk menguji hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu bahwa harga diri berkorelasi terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry, maka teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode parametik. Menurut Priyatno (2011), jika data yang terdistribusi normal maka analisis data yang digunakan adalah teknik parametik yaitu korelasi *product moment* dari Pearson. Analisis data akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS versi 23.0 *for Windows*. Adapun rumus korelasi tersebut, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi variabel X dan Y

Σxy = Jumlah hasil perkalian skor X dan skor Y

Σx = Jumlah skor skala variabel X

Σy = Jumlah skor skala variabel Y

N = Banyak Subjek

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Jumlah sampel penelitian berjumlah 200 orang. Data demografi sampel penelitian yang diperoleh dari penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1. Data Demografi Sampel Penelitian

No.	Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	75	37,5
		Perempuan	125	62,5
2	Usia	19 Tahun	25	12,5
		20 Tahun	85	42,5
		21 Tahun	52	26
		22 Tahun	38	19
3	Asal Fakultas	Fakultas Syari'ah dan Hukum	30	15
		Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	25	12,5
		Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	15	7,5
		Fakultas Dakwah dan Komunikasi	23	11,5
		Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	43	21,5
		Fakultas Psikologi	64	32

Berdasarkan table 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah sampel penelitian berdasarkan jenis kelamin lebih banyak berjenis kelamin perempuan (62,5%) dibandingkan dengan partisipan berjenis kelamin laki-laki (37,5%). Berdasarkan usia partisipan sebagian besar berusia 20 tahun (42,5%) lebih banyak dibandingkan dengan usia 19 tahun (12,5%), 21 tahun (26%), dan 22 tahun (19 %). Selanjutnya berdasarkan asal fakultas, partisipan penelitian lebih banyak Fakultas Psikologi yaitu sebanyak (32%) dibandingkan Fakultas Syariah dan Hukum (15%), Fakultas Ilmu Tarbiah dan Keguruan (12,5%), Fakultas Usuluddin dan Filsafat (7,5%), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (11,5), dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (21,5%).

B. Hasil Penelitian

1. Kategorisasi Data Penelitian

Pembagian kategori sampel yang digunakan peneliti adalah kategorisasi berdasarkan model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Menurut Azwar (2015), kategorisasi jenjang (ordinal) merupakan kategorisasi yang menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur. Lebih lanjut Azwar (2015) menjelaskan bahwa cara pengkategorian ini akan diperoleh dengan membuat kategori skor subjek berdasarkan besarnya satuan deviasi standar populasi (σ). Karena kategorisasi ini bersifat relatif, maka luasnya interval yang mencakup setiap kategori yang diinginkan dapat ditetapkan secara subjektif selama penetapan itu berada dalam batas kewajaran. Deskripsi data hasil penelitian tersebut dapat dijadikan batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

a. Skala Harga Diri

Analisis secara deskriptif dilakukan untuk melihat deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan empiris (berdasarkan kenyataan di lapangan) dari variabel harga diri. Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2. Deskripsi Data Penelitian Skala Harga Diri

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Harga Diri	136	34	85	22	129	70	94	12,05

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

1. Skor minimal (X_{min}) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.
2. Skor maksimal (X_{maks}) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
3. Mean (M) dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min})/2$
4. Standar deviasi (SD) dengan rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min})/6$

Berdasarkan hasil statistik data penelitian pada tabel 4.2, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 34, maksimal 136, nilai rerata 85, dan standar deviasi 22. Sementara data empirik menunjukkan jawaban minimal adalah 70, maksimal 129, nilai rerata 94, dan standar deviasi 12,05. Deskripsi data hasil penelitian tersebut dapat dijadikan batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus pengkategorian pada skala harga diri.

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < (\bar{x} - 1,0 \text{ SD}) \\ \text{Sedang} &= (\bar{x} - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (\bar{x} + 1,0 \text{ SD}) \\ \text{Tinggi} &= (\bar{x} + 1,0 \text{ SD}) \leq X \end{aligned}$$

Keterangan:

- \bar{x} = Mean empirik pada skala
- SD = Standar deviasi
- n = Jumlah subjek
- X = Rentang butir pernyataan

Berdasarkan rumus kategorisasi ordinal yang digunakan, maka didapat hasil kategorisasi skala harga diri adalah sebagaimana pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3. Kategorisasi Harga Diri pada Mahasiswa Pengguna *Instagram* di UIN Ar-Raniry

Kategori	Interval	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Rendah	$X < (94-1,022)$	28	14
Sedang	$(94-1,022) \leq X < (94+1,022)$	145	72,5
Tinggi	$(94+1,022) \leq X$	27	13,5
Jumlah		135	100%

Hasil kategorisasi harga diri pada tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh memiliki tingkat harga diri pada kategori sedang yaitu sebanyak 145 orang (72,5%), lalu diikuti pada kategori rendah yaitu sebanyak 28 orang (14%) dan kategori tinggi sebanyak 27 orang (13,5%).

b. Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme

Analisis secara deskriptif dilakukan untuk melihat deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan empiris (berdasarkan kenyataan di lapangan) dari variabel kecenderungan perilaku narsisme. Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4. Deskripsi Data Penelitian Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Kecenderungan Perilaku Narsisme	124	31	77,5	15,5	109	34	71,8	12,3

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

1. Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.
2. Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
3. Mean (M) dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min})/2$
4. Standar deviasi (SD) dengan rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min})/6$

Berdasarkan hasil statistik data penelitian pada tabel 4.4 di atas, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 31, maksimal 124, nilai rerata 77,5, dan standar deviasi 15,5. Berdasarkan analisis deskriptif secara empirik menunjukkan jawaban minimal adalah 34, maksimal 109, nilai rerata 71,8 dan standar deviasi 12,3. Hasil kategorisasi skala kecenderungan perilaku adalah sebagai berikut.

Rendah = $X < (\bar{x} - 1,0 \text{ SD})$

Sedang = $(\bar{x} - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (\bar{x} + 1,0 \text{ SD})$

Tinggi = $(\bar{x} + 1,0 \text{ SD}) \leq X$

Keterangan:

\bar{x} = Mean empirik pada skala

SD = Standar deviasi

n = Jumlah subjek

X = Rentang butir pernyataan

Berdasarkan pada rumusan tersebut, tiap skor responden kemudian dikategorisasikan. Hasil kategorisasi tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5. Kategorisasi Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa Pengguna *Instagram* di UIN Ar-Raniry

Kategori	Interval	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Rendah	$X < (71,8-12,3)$	37	18,5
Sedang	$(71,8-12,3) \leq X < (71,8+12,3)$	147	73,5
Tinggi	$(71,8+12,3) \leq X$	16	8
Jumlah		135	100%

Hasil kategorisasi di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan perilaku narsisme mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 147 orang (73,5%), yang kemudian diikuti oleh katagori rendah yaitu sebanyak 37 orang (18,5%), dan sisanya berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 16 orang (8%).

2. Hasil Uji Prasyarat

Penggunaan uji prasyarat pada penelitian bertujuan menentukan uji statistik yang akan digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel. Uji prasyarat yang dilakukan adalah sebagai berikut.

a. Uji Normalitas Sebaran

Hasil uji normalitas sebaran data dari kedua variabel penelitian ini (harga diri dan kecenderungan perilaku narsisme) dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6. Uji Normalitas Sebaran Data Penelitian

Variabel Penelitian	$Z_{Skewness}$	$Z_{Kurtosis}$
Harga Diri	2.04	-1.11
Kecenderungan Perilaku Narsisme	-2.37	-0.08

Berdasarkan data tabel 4.6 di atas, diperoleh bahwa variabel harga diri berdistribusi normal dengan nilai $Z_{Skewness}=2.04$ ($Z_{Skewness} < 2.58$) dan $Z_{Kurtosis} = -1.11$ ($Z_{Kurtosis} < 2.58$) dengan taraf signifikansi 0.01 dan tingkat kepercayaan 99%. Variabel kecenderungan perilaku narsisme juga berdistribusi normal dengan nilai $Z_{Skewness} = -2.37$ ($Z_{Skewness} < 2.58$) dan $Z_{Kurtosis} = -0.08$ ($Z_{Kurtosis} < 2.58$) dengan taraf signifikansi 0.01 dan tingkat kepercayaan 99%.

b. Uji Linieritas Hubungan

Hasil uji linieritas hubungan yang dilakukan terhadap dua variabel penelitian ini diperoleh data sebagaimana yang tertera pada tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4.7. Uji Linearitas Hubungan Data Penelitian

Variabel Penelitian	<i>F Deviation from Linearity</i>	<i>p</i>
Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme	1,301	0.120

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diperoleh *F deviation from linearity* kedua variabel di atas yaitu $F= 1,301$ dengan $p= 0,120$ ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel harga diri dengan variabel kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Hasil Uji Hipotesis

Setelah terpenuhi uji asumsi, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji hipotesis menggunakan analisis korelasi Pearson. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi sebesar $-0,646$ dengan $p= 0,000$ yang berarti bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dengan nilai koefisien korelasi sebesar $r = -0,646$. Hubungan tersebut mengindikasikan bahwa jika semakin tinggi harga diri, maka semakin rendah kecenderungan perilaku narsisme, sebaliknya semakin rendah harga diri, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hasil analisis hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini.

Tabel 4.8. Uji Hipotesis Data Penelitian

Variabel Penelitian	<i>Pearson Correlation</i>	<i>p</i>
Harga Diri terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme	-0,646	0,000

Hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan sumbangan efektif dari kedua variabel yang dapat dilihat dari analisis *Measures of Association*. Hasil analisis tersebut menunjukkan nilai *R Square* (R^2)= 0,418 yang artinya sumbangan relatif harga diri dalam meningkatkan kecenderungan perilaku narsisme adalah 41,8% dan 58,2 % lagi dipengaruhi oleh faktor lain.

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis data di atas diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r=-0,646$ dengan $p=0,000$ yaitu ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh (hipotesis diterima). Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi harga diri, maka diikuti semakin rendah kecenderungan perilaku narsisme. Sebaliknya, semakin rendah harga diri maka semakin tinggi kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santi (2017) pada mahasiswa angkatan 2012 Prodi PGSD Universitas Nusantara PGRI Kediri Tahun Akademik 2012-2013. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa terdapat hubungan antara harga diri dan kecenderungan perilaku narsisme pada pengguna *facebook*. Penelitian ini membuktikan bahwa jumlah teman dalam portal mereka di *facebook* sangat berhubungan

dengan tingkat kepercayaan diri. Makin banyak teman yang mereka miliki, maka makin meningkat narsisme mereka di kehidupan nyata. Narsisme biasa dilakukan untuk menarik perhatian karena mengalami hambatan dalam hubungan jangka panjang. Sementara dampak positifnya jika para pengguna *facebook* memiliki jumlah teman yang banyak dalam portal mereka maka makin meningkat narsisme mereka di kehidupan nyata, sedangkan yang sedikit memiliki sahabat, tidak menonjolkan sifat narsisme. Kegiatan narsisme kerap dilakukan dengan menampilkan gambar mewah, promosi diri sendiri, baik melalui foto maupun tulisan. Biasanya mereka sangat narsis bila sering menunjukkan foto mereka yang diambil sendiri dalam situasi apapun.

Menurut Kreitner (dalam Santi, 2017), 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. Harga diri ditinjau dari kondisinya dibedakan dalam dua kondisi yaitu kuat (*strong*) dan lemah (*weak*). Sedangkan narsisme adalah perilaku yang ditandai dengan kecenderungan untuk memandangi dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian. Selain itu juga tumbuh perasaan paling mampu, dan unik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku narsisme adalah adanya harga diri rendah dan tidak mantap (Fauziah, 2005), dimana individu dengan kecenderungan narsisme memiliki harga diri yang buruk dan rentan untuk menjadi depresi sehingga mereka selalu ingin menjadi pusat perhatian dan butuh pengakuan dari orang lain. Salah satu cara yang bisa mereka lakukan adalah dengan mengunggah setiap kegiatan di akun media sosial seperti *instagram*. Harga diri yang positif adalah penilaian individu terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku memenuhi ideal dirinya. Dapat diartikan bahwa 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. Oleh karena itu, semakin rendahnya harga diri suatu individu, maka dapat diprediksi kecenderungan perilaku narsisme semakin meningkat.

Meskipun secara empiris hipotesis penelitian telah terbukti, namun sumbangan efektif dari harga diri terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang dilihat dari hasil analisis *Measures of Association*, menunjukkan nilai $R^2 = 0,418$ yang artinya terdapat 41.8% pengaruh harga diri terhadap kecenderungan perilaku narsisme, sementara 58.2% lainnya adalah kontribusi faktor-faktor lain. Faktor-faktor yang lain yang memberikan sumbangan bagi kecenderungan perilaku narsisme dapat berasal dari kondisi psikologis, biologis, sosiologis, dan hubungan dengan pola asuh keluarga (Lubis, dalam Apsari, 2012).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Beberapa keterbatasan tersebut diantaranya hubungan harga diri yang rendah terhadap kecenderungan perilaku narsisme tidak bisa digeneralisasikan terhadap semua mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Keterbatasan lainnya yaitu pendekatan penelitian secara kuantitatif hanya diinterpretasikan dalam angka dan presentase yang kemudian dideskripsikan berdasarkan hasil yang diperoleh, sehingga tidak mampu melihat lebih luas dinamika psikologis yang terjadi dalam prosesnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh (hipotesis diterima), dengan nilai koefisien korelasi sebesar $r=-0,646$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri, maka diikuti dengan semakin rendahnya kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin tinggi kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa pengguna *instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti dapat menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepada Mahasiswa

Bagi mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh diharapkan dapat meningkatkan harga diri menjadi lebih positif melalui pemahaman diri yang baik dengan pengalaman, interaksi sosial, serta mampu mengenali bakat minat yang dimilikinya, khususnya pada mahasiswa yang memiliki kecenderungan perilaku narsisme.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Semoga penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsisme dan harga diri. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi rujukan bagi para mahasiswa yang ingin meneliti lebih lanjut tentang suatu fenomena yang terjadi di sekitar lingkungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Z. (2016). *Hubungan antara authoritative parenting practices dengan prestasi belajar para siswa sma di banda aceh*. (Skripsi Tidak Dipublikasikan). Fakultas Kedokteran, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Apsari. (2012). Hubungan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing pada pria metroseksual. *Jurnal Talenta Psikologi*, 1(2), 187-188.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2016, Oktober 24). 3 Media Sosial Favorit Pengguna Internet Indonesia. *Liputan6*. Diunduh dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>
- Astuti, K. (2015). Hubungan antara harga diri dan persepsi pola asuh orang tua yang autoritatif dengan sikap remaja terhadap penyalahgunaan narkoba. *Jurnal Ilmiah Guru COPE*, 2(2), 26-27.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fauziah, F. (2005). *Psikologi Klinis Dewasa*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Hayes, A. (2017, Juni 8). 20 pengertian media sosial menurut para ahli. *Pakar Hebat Komunikasi.com*. Diunduh dari <http://pakarhebatkomunikasi.com/pengertianmedia-sosial-menurut-paraahli>.
- Hurlock, E.B. (2009). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Indah, Y. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. 2(1), 91-92.

Irianto, A. (2008). *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.

Jasa All Sosmed. (2018). *Jual jasa tambah followers Instagram indonesia*. Diakses melalui <http://asaallsosmed.co.id/services/Instagram/follower>

King, L. A. (2016). *Psikologi Umum*. Jakarta: Salemba Humanika.

Marliani. (2015). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Priyatno, D. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
Santi, N. N. (2017). Dampak kecenderungan narsisisme terhadap self-esteem pada pengguna facebook mahasiswa pgsd unp. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 27-28.

Santrock, W. (2007). *Remaja* (11th ed.). Jakarta: Erlangga.

Sarwono, W. S., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sofiah, D. (2012). Religiusitas, kecerdasan emosi, dan kenakalan remaja. *Jurnal Psikologi*, 2(7), 563-564.

Srisayekti, W., David A., & Setiady. (2015). Harga diri (self-esteem) terancam dan perilaku menghindar. *Jurnal Psikologi*, 42(2), 143-145.

Street, N. (2005). *Diagostic and Statistical Manual of Mental Disorder IV*. Washington, DC: American Psychiatric Association.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
Widiyanti. (2017). Profil perilaku narsisme remaja serta implikasinya bagi bimbingan dan konseling. *Jurnal of Educational Counseling*, 1(1), 16-20.

DAFTAR LAMPIRAN

Koefesien CVR Skala Harga diri			
No	Koefesien CVR	No	Koefesien CVR
1	1	21	1
2	1	22	0,5
3	0,5	23	0,5
4	0,5	24	1
5	1	25	0,5
6	0,5	26	1
7	0,5	27	1
8	1	28	1
9	1	29	0,5
10	1	30	1
11	0,5	31	0,5
12	0,5	32	1
13	0,5	33	0,5
14	1	34	0,5
15	1	35	1
16	1	36	1
17	0,5	37	0,5
18	0,5	38	1
19	1	39	0,5
21	1	40	0,5
Koefesien CVR Skala Narsisme			
No	Koefesien CVR	No	Koefesien CVR
1	0,5	21	1
2	1	22	0,5
3	1	23	1
4	0,5	24	1
5	1	25	1
6	0,5	26	0,5
7	1	27	0,5
8	0,5	28	0,5
9	1	29	1
10	0,5	30	1

11	1	31	1
12	0,5	32	0,5
13	0,5	33	0,5
14	0,5	34	0,5
15	0,5	35	1
16	1	36	1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama : Muhammad Haikal
2. Tempat, tanggal lahir : Mns Kulam 20 juli 1995
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Agama : Islam
5. NIM : 140901005
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : MNS Kulam
 - a. Kecamatan : Kutamakmur
 - b. Kabupaten : Aceh Utara
 - c. Provinsi : Aceh
8. No. Telp/Hp : 082276640039

Riwayat Pendidikan

9. TK : TK Buloh 1001, 2001-2002
10. SD : SD MNS Kulam N 7 , 2001-2007
11. SLTP : SMP N 3 Kutamakmur , 2007-2010
12. SMA : SMK N 1 Lhokseumawe 2010-2013

Orang Tua/Wali

13. Nama Ayah : Alm. H. Ilyas
14. Nama Ibu : Hj. Rosmiah
15. Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta
16. Alamat Orang Tua : Mns Kulam Aceh Utara

Banda Aceh, 03 Agustus 2018

Peneliti

(Muhammad Haikal)