

Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsis di Kalangan Mahasiswa STABN Raden Wijaya

Sadewi Puji Lestari, Mujiyanto, Dwiyono Putranto

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya
Jl. Kantil, Bulusari, Bulusur, Wonogiri, Jawa Tengah, Indonesia
*Email Korespondensi: sadewipl@gmail.com

Abstract - The purpose of the study was to determine whether there was an influence of Instagram use on narcissistic behavior among STABN Raden Wijaya students. This study is a type of explanatory quantitative research, the population was 519 with a sample of 125 respondents, the sampling technique was Probability Sampling. Data collection techniques in this study were interviews, observations, and questionnaires. In this study there were two variables, namely the use of Instagram social media (variable X) and narcissistic behavior (variable Y) to determine whether there was an influence between the two variables. The results of the reliability test for variable X were 0.943 and Y 0.923 so it can be said to be reliable, then for the Homogeneity Test of 0.066 greater > 0.05 this data can be stated as homogeneous, and for the results of the hypothesis test obtained a significance of 0.000 if the significance of 0.000 is less than 0.05 ($p < 0.05$) then it can be said that there is an influence between the variable (X) namely the use of Instagram social media on the variable (Y), namely narcissistic behavior, so it can be concluded that H_a is accepted.

Keywords: Social Media; Instagram; Narcissistic Behavior

Abstrak - Tujuan dari penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsis di kalangan mahasiswa STABN Raden Wijaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatif, jumlah populasinya sebesar 519 dengan sampel 125 responden, teknik pengambilan sampel dengan cara Probability Sampling. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan wawancara, observasi, dan angket. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu penggunaan media sosial Instagram (variabel X) serta perilaku narsis (variabel Y) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara dua variabel. Hasil uji reabilitas untuk variabel X 0,943 dan Y 0,923 sehingga dapat dikatakan reliabel, kemudian untuk Uji Homogenitas sebesar 0.066 lebih besar > 0,05 hal ini data dapat dinyatakan homogen, dan untuk Hasil uji hipotesis di peroleh signifikansi sebesar 0,000 jika signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel (X) yaitu penggunaan media sosial Instagram terhadap variabel (Y), yaitu perilaku narsis, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

Kata kunci: Media sosial; Instagram; Perilaku narsis

Pendahuluan

Media sosial menjadi salah satu jenis layanan internet yang biasanya digunakan menjadi bentuk media baru yang mengaitkan kontribusi secara interaktif. Kini media sosial banyak digunakan hampir seluruh golongan di

masyarakat, yaitu dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Setiap orang memiliki beragam tujuan dalam menggunakan media sosial. Media sosial memungkinkan adanya interaksi dua arah terhadap individu induvidu yang berjauhan

serta juga bisa memberikan umpan balik secara langsung (Rafi et al., 2021).

Menurut Lisa Buyer, media sosial dapat diartikan sebagai bentuk hubungan publik yang paling terbuka, memikat, dan interaktif di era digital saat ini. Platform media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi satu arah seperti media konvensional. Media sosial juga menciptakan

ruang dialog dua arah yang memungkinkan terjadinya keterlibatan langsung antara individu (Utomo, 2023).

Terdapat beberapa kategori media sosial yang biasanya umum digunakan seperti media sosial berbasis jaringan sosial yaitu Facebook, Twitter dan LinkedIn, untuk media sosial yang berbasis berbagi konten yaitu Instagram, YouTube, TikTok, dan Pinterest. Media sosial yang berbasis Musik dan Audio yaitu *Spotify*, *SoundCloud*, *Clubhouse*, dan Media Sosial yang berbasis *E-commerce* dan *Marketplace* yaitu Shopee, dan Tokopedia. Jenis-jenis media sosial ini digunakan sesuai dengan kebutuhan para penggunanya (Liedfray et al., 2022).

Salah satunya media sosial Instagram, media ini didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (Mahendra et al., 2017). Instagram adalah aplikasi yang penggunaannya bisa mengambil foto atau video, serta menambahkan filter. Hasil dapat dibagikan ke beragam platform media sosial, maupun di Instagram (Martiani et al., 2020).

Instagram merupakan media sosial yang bisa dimanfaatkan layaknya berbagi video serta foto dalam jejaring sosial. Pemakai bisa untuk mengambil video dan foto, kemudian menyisipkan filter untuk meningkatkan hal yang menarik pada sebuah foto maupun video. Dasarnya Instagram lebih dikhususkan pada komponen smartphone seperti IOS dan Android (Wijaya & Putranto, 2023).

Fungsi Instagram tentunya untuk memberikan informasi dan sebagai upaya

edukasi bagi masyarakat. Konten bergaram seperti konten humor, tutorial, tips, dan pengetahuan. Pengguna Instagram menggunakannya untuk membangun citra diri atau personal branding (Antasari & Pratiwi, 2022).

Fitur-fitur yang terdapat pada Instagram (Antasari & Pratiwi, 2022).

(1). IG TV, (2). *Instagram Live* (3). *Close Friend*, (4). *Highlights*, (5). *Feed*, (6). *Instagram story*, (7). *Caption*, (8). komentar, (9). *Hashtags*, (10). *Like*, (11). *Fitur Direct Message* (DM), (12). *Geotagging*, (13). *Reels*, (14). Filter dan Efek, dan (15). *Story*.

Suhartanti (dalam (Asiah et al., 2018) menyatakan untuk meningkatkan eksistensi di media sosial Instagram dapat menggunakan foto diri ataupun video yang memikat mengenai dirinya disertai dengan sebuah judul atau *caption*, *hashtag* dan lokasi. Hal itu bisa mengoptimalkan karakteristik foto atau video yang diposting, oleh karena itu informasi yang dishare akan lebih informatif lagi. Konten yang menarik bisa mengundang pengguna lainnya agar memberi tanggapan positif serta menyisakan tanda *like* pada video atau foto yang diunggah.

Di Instagram, validasi ini muncul dalam bentuk respons positif seperti "*like*", komentar pujian, atau repost dari pengguna lain. Semakin banyak interaksi yang diterima, semakin tinggi rasa percaya diri pengguna yang narsistik. Orang narsistik sering kali menciptakan citra diri yang ideal untuk menutupi rasa kurang aman atau keraguan diri (Listyowantira & Ardi, 2018)

Aktivitas mengunggah sebuah video maupun foto yang dengan frekuensi yang sering maka akan menghambat teraihnya perkembangan diri yang sehat. Seseorang akan mengalami hasrat untuk terus menerus mengupload sebuah video atau foto. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dari orang lain, sehingga

perbuatan yang dilakukan memperlihatkan kecenderungan perilaku yang mengacu pada kepribadian narsis (Laeli et al., 2018).

Selfi yaitu usaha dalam menampilkan diri sendiri di media sosial, sebuah usaha agar dipandang ada atau terkenal dalam jaringan. Selfi juga merupakan salah satu bentuk narsis digital (Alyusi, 2016). Paramboukis (dalam Liang, 2021) mengatakan kecenderungan perilaku narsis bisa amati dari jumlah unggahan foto selfie dengan unggahan antara 4 hingga 5 foto selama 1 bulan.

Narsis suatu tingkah laku yang di tampilkan oleh individu yang memiliki kecenderungan menampilkan dirinya melalui sikap percaya diri yang berlebihan dan berharap mendapatkan pengakuan dari orang lain (Darmawan et al., 2021). Individu narsis ini selalu sibuk serta cuma tertarik pada sesuatu yang berkaitan kesenangan diri sendiri dan menginginkan untuk selalu dikagumi (Putri, 2021). (Singh et al., 2018).

Menurut DSM-IV (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders—Fourth Edition*) (dalam (Silalahi et al., 2023). Individu ini dinyatakan memiliki gangguan kepribadian narsis jika menunjukkan setidaknya 5 (lima) pada 9 (sembilan) ciri dari kepribadian, yaitu diantaranya:

- (1). mempunyai rasa kagum terhadap kepentingan diri,
- (2). Selalu asik dalam imajinasi, mengenai kesuksesan, wewenang, ataupun cinta utuh,
- (3). Meyakini dirinya seseorang yang unggul dan mengharap kekaguman dari orang lain,
- (4). Memerlukan pujian berlebih dari individu lain,
- (5). Mau disikapi dengan istimewa,
- (6). Ingin memperoleh apresiasi dari individu lain,
- (7). Tidak ada empati,
- (8). memiliki rasa iri pada individu lain serta meyakini individu lain iri dengan dirinya,
- (9). Sombong, serta bersikap remeh, senang meninggi, dan suka mencela.

Faktor-faktor yang mempengaruhi narsis (Murisal et al., 2023). (1) faktor psikologis, perilaku ini muncul akibat harapan tidak sesuai kenyataan. Berakar dari kebutuhan untuk mencapai standar tertentu, baik itu dalam prestasi, penampilan, atau status sosial. (2) Faktor Biologis, narsis ini lebih umumnya ditemukan pada individu dengan riwayat keluarga neurotik. Serta berkaitan dengan usia, jenis kelamin, fungsi hormonal, dan struktur fisik lainnya. (3) faktor sosiologis, di beberapa masyarakat tertentu, yang menekankan kompetisi materialisme, atau pencapaian demi pengakuan sosial cenderung memicu perilaku narsis.

Berdasarkan Observasi yang dilaksanakan peneliti pada tanggal 21 Oktober 2024, di kampus pada situasi saat berkumpul bersama teman-teman rata-rata mahasiswa pasti membuka aplikasi media sosial Instagram. Dalam beberapa menit mahasiswa membuka sampai lebih dari lima kali pada saat berkumpul bersama. Mahasiswa tersebut asik untuk *scrolling* media sosial tersebut tanpa henti baik untuk melihat atau mencari informasi mengenai tren yang sedang viral. Asik *scrolling* mahasiswa tersebut menjadi kurang hadir dalam momen penting, seperti dalam pertemuan sosial atau berkumpul bersama teman-teman, karena pikiran mahasiswa tersebut terus terganggu oleh dorongan untuk selalu memeriksa ponsel.

Berdasarkan hasil wawancara pada Kamis, 24 Oktober 2024 dengan W.S yang merupakan salah satu mahasiswa STABN Raden Wijaya. W.S ini menggunakan Instagram untuk mencari atau ingin mengetahui informasi mengenai temannya dan mencari informasi yang sedang viral atau sedang tren pada saat ini. W.S ini juga mengatakan bahwa personal branding atau citra diri yang di bangunnya di Instagram merupakan hal yang sangat penting, karena tujuannya supaya *followers* yang melihat dirinya seperti seorang yang berwibawa.

Berdasarkan wawancara pada Minggu, 27 Oktober 2024 dengan V.N yang merupakan seorang mahasiswa STABN Raden Wijaya menyatakan bahwa V.N suka membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain, seperti unggahan yang menunjukkan momen-momen terbaik, pencapaian, atau penampilan dari seseorang. V.N juga menggunakan filter sebelum memposting foto atau video di Instagram dengan tujuan agar lebih terlihat menarik lagi. Pada saat foto atau video yang di unggah mendapat respon berupa like maupun komentar V.N sangat suka dengan hal itu karena mendapatkan perhatian dari para pengikutnya.

Dalam penelitian ini variable X yaitu penggunaan media sosial Instagram kemudian variable Y perilaku narsis. Hubungan atau keterkaitan antara penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku narsis dapat dijelaskan melalui beberapa hal. Penggunaan Instagram ini mencakup motif pemakai, beberapa mahasiswa memakai Instagram dengan motif mencari pengakuan diri, selanjutnya dilihat dari durasi penggunaan media sosial, kemudian jenis konten yang di unggah seperti selfie, mengenai gaya hidup sampai pencapaian karir.

Hal tersebut dalam penggunaannya cenderung mengarah pada perilaku narsis. Pada perilaku narsis mencakup yaitu dengan kebutuhan akan validasi, tidak mengontrol penggunaan media sosial sehingga menghabiskan banyak waktu, cenderung mengunggah mengenai diri sendiri terlalu sering ataupun berlebihan, kemudian muncul rasa membandingkan diri sendiri dengan orang lain atau rasa *insecure*. Dengan demikian penggunaan media sosial Instagram cenderung memicu munculnya perilaku narsis (Milawati, 2019).

Berbeda dari peneliti sebelumnya khoirul muslimin (2020), dengan menggunakan metode survei dengan teknik simple random sampling dan hanya

memfokuskan pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara angkata 2016-2019. Namun pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan teknik Stratified Random Sampling dan hanya memfokuskan pada mahasiswa komunikasi semester IV.

Kemudian berbeda dari peneliti sebelumnya Shania Liang (2021). Penelitian ini hanya memfokuskan pada Intensitas penggunaan media sosial Instagram, pada penelitian ini memiliki kebaruan yaitu memfokuskan motif penggunaan, durasi penggunaan serta jenis konten yang diunggah. Dengan demikian studi ini menambah perspektif baru mengenai bagaimana platform ini mempengaruhi pembentukan perilaku narsis.

Berdasarkan uraian di atas karena Instagram adalah salah satu media yang populer dan sering dipergunakan di kalangan mahasiswa. Ditinjau dari observasi dan wawancara yang menunjukan semakin meningkatkan para mahasiswa menggunakan media sosial Instagram. Salah satunya mahasiswa di STABN Raden Wijaya, dimana hampir seluruh mahasiswa gemar memakai media sosial Instagram dalam aktivitas sehari-hari dan menggunakan fitur-fiturnya.

Aktivitas ini mencakup penggunaan berbagai fitur Instagram sebagai sarana mengekspresikan diri, membagikan aktivitas pribadi, serta membentuk identitas. Fitur-fitur ini secara tidak langsung sebagai wadah untuk meningkatkan perilaku narsis seperti keinginan untuk mendapatkan validasi sosial melalui *likes*, komentar, dan jumlah pengikut. Berdasarkan hal itu disini peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mahasiswa di Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri (STABN) Raden Wijaya, guna mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku narsis di

kalangan mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri (STABN) Raden Wijaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif eksplanatif. Kuantitatif eksplanatif bertujuan memberi penjelasan hubungan, pengaruh variable satu dengan variabel lainnya (Sari et al., 2023). penelitian eksplanatif dilakukan untuk menjelaskan tentang mengapa suatu gejala atau kejadian bisa terjadi (Jorgi, 2024). Pada penelitian ini menggunakan variable X penggunaan media sosial Instagram dan variable Y perilaku narsis, penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, kuesioner dan wawancara. Populasi merupakan seseorang yang menjadi subjek penelitian atau seseorang yang karakteristik akan diteliti (Roflin et al., 2021). Pada penelitian ini melibatkan mahasiswa di STABN Raden Wijaya. Sampel yaitu sub dari seperangkat komponen yang dipilih untuk di pelajari (Sarwono, 2022). Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dengan tujuan adalah untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel dan menunjukkan arah hubungan antara variabel X dependen dengan variabel independen Y (Rahmawati et al., 2022).

Pada penelitian ini untuk menentukan pengaruh narsis pada penggunaan media sosial Instagram dengan memberikan angket pada mahasiswa STABN Raden Wijaya. Jumlah sampel yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu 125 responden. pengambilan sampelnya memakai Teknik Probability Sampling. Metode Stratified Random Sampling yaitu metode penarikan sampel yang dilakukan dengan membagi populasi menjadi populasi yang lebih kecil dan didasarkan pada kriteria tertentu sehingga

setiap prodi bisa dipilih menjadi sampel secara acak (Ulya et al., 2018).

Indikator penggunaan media sosial Instagram ada 4 menurut Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch (dalam Nugroho & Panjaitan, 2021) .(1) Kebutuhan dalam mencari informasi butir pernyataan salah satunya yaitu selalu membuka Instagram lebih dari 5 kali dalam sehari, sering mengikuti trend terbaru di instagram. (2). Membangun identitas serta citra diri, butir pernyataannya yaitu terlalu memikirkan citra diri saya saat menggunakan Instagram, citra diri yang saya tampilkan di Instagram tidak sepenuhnya mencerminkan siapa saya sebenarnya. (3). Kebutuhan untuk berinteraksi, pernyataannya yaitu berinteraksi di Instagram hanya ketika ada unggahan yang menarik perhatian saya (4). Kebutuhan akan hiburan pernyataan nya salah satunya yaitu menggunakan Instagram untuk menghilangkan kebosanan dengan menonton video atau melihat foto yang menarik.

Pada perilaku narsis ada 6 indikator menurut Nevid, Murad, Rathus, & Greene 9 (dalam (Silalahi et al., 2023) sebagai berikut : (1) Rasa bangga atau keyakinan berlebihan, butir pernyataan yaitu Saya merasa bangga ketika unggahan saya di Instagram mendapatkan banyak tanda suka dan komentar, sering membagikan pencapaian pribadi di Instagram untuk menunjukkan keberhasilan saya. (2) kebutuhan pemujaan atau pujian. Butir pernyataannya sering membagikan foto atau video di Instagram dengan harapan mendapatkan pujian dari teman atau pengikut, Unggahan yang mendapatkan banyak tanda suka dan komentar membuat saya merasa dihargai. (3). Menunjukkan secara berlebihan prestasi yang dimiliki, sering memamerkan pencapaian saya di Instagram untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain (4). Harapan kualitas khusus terpublik-asi,

pernyataanya yaitu sering memastikan unggahan saya terlihat sempurna sebelum dipublikasikan (5). Pujian dari orang lain, butir pernyataannya Respons positif seperti komentar pujian membuat saya merasa lebih percaya diri. (6). Kebutuhan untuk mendapat validasi publik. Butir pernyataan terlalu sering memeriksa jumlah tanda suka dan komentar pada postingan yang saya unggah.

Hasil Dan Pembahasan

1. Instrument Penelitian

Penelitian ini menggunakan angket guna mengetahui pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsis di STABN Raden Wijaya. Angket yang digunakan berjumlah 50 butir pernyataan untuk setiap variabel X dan Y masing-masing 25 butir pernyataan. Penelitian ini memakai skala pengukuran Likert. Skala Likert yang dipakai yaitu skala Likert 4 point, di mana nantinya responden akan diberi pernyataan dengan penilaian diri antara 1 hingga 4.

2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Instrumen

Instrumen angket yang akan di pakai untuk mengukur tingkat keakurat sebelum dilakukan penelitian sehingga angket tersebut perlu dilakukan uji coba. Angket yang digunakan saat uji coba berjumlah 60 butir pernyataan kemudian dilakukan uji coba sebanyak 25 mahasiswa di STABN Raden Wijaya. Angket tersebut selanjutnya di lakukan uji validitas dan uji reabilitas untuk memastikan validitas dan reabilitas dari angket yang disusun.

a. Uji validitas

Peneliti pada saat melakukan uji validitas angket menggunakan bantuan SPSS. Uji validitas merupakan suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen dalam menjalankan fungsinya (Aisya et al.,

2019). Uji Validitas yang digunakan adalah *Pearson Correlation*. Tingkat signifikansinya jika $< 0,05$ sehingga dapat dianggap valid, sebaliknya jika $> 0,05$ maka dianggap tidak valid (Mawikere et al., 2022). Diketahui setelah melakukan uji validitas bahwa dari 60 butir pernyataan didapat 50 pernyataan valid dan diperoleh 10 pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang valid akan digunakan dalam penyebaran angket dan pernyataan yang tidak valid ini tidak akan dipergunakan.

b. Uji Reabilitas

Sesudah dilakukan uji validitas selanjutnya dilakukan uji reabilitas angket dengan menggunakan bantuan SPSS. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan hasil pengukuran apakah hasil yang diperoleh dapat relatif sama apabila pengukuran dilakukan kembali dengan subjek yang sama (Aisya et al., 2019). Uji reabilitas yang digunakan yaitu *Cronbach Alfa*. Skala dapat dinyatakan reliabel jika koefisien reabilitas berada dalam rentang angka 0,00-0,59 (sangat rendah), 0,60-0,69 (rendah), 0,70-0,79 (cukup), 0,80-0,89 (tinggi), 0,90-0,99 (sangat tinggi). Semakin tinggi tingkat koefisien reabilitas maka akan semakin reliabel (Apriyani et al., 2018).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	25

Table 1. Hasil uji reabilitas skala penggunaan media sosial Instagram.

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dijelaskan hasil dari uji reabilitas yang dilaksanakan terhadap variabel X, nilai yang didapat untuk skala penggunaan media sosial Instagram yaitu 0.943. Nilai ini termasuk kategori sangat baik. Instrumen penelitian yang digunakan

dalam mengukur variabel X ini memenuhi kriteria reliabilitas yang sangat kuat.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	25

Table 2. Hasil uji Reabilitas skala perilaku narsis.

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dijelaskan hasil uji reabilitas yang dilakukan terhadap variabel Y, nilai Cronbach Alpha yang diperoleh untuk skala perilaku narsis yaitu 0.923. Nilai ini termasuk kategori sangat baik. Instrumen penelitian yang digunakan dalam mengukur variabel Y ini memenuhi kriteria reliabilitas yang sangat kuat.

3. Uji prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas ini dipergunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebaran data itu berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Fahmeyzan et al., 2018). Penelitian ini memakai uji one sample Kolmogorov-Smirnov Test. Data tersebut berdistribusi normal apabila signifikansinya $> 0,05$ sebaliknya jika $< 0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal (Murisal et al., 2023). Pengolahan data ini menggunakan bantuan dari SPSS.

Berikut adalah hasil dari uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.05708585
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.046
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Table 3. Hasil uji Normalitas

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dijelaskan uji normalitas dari kedua

variabel yaitu penggunaan media sosial Instagram variabel X dan perilaku narsis variabel Y. Hasil dari uji normalitas di peroleh nilai signifikasi yakni 0.200, sehingga nilai signifikan lebih dari pada 0,05. Uji normalitas ini dapat dikatakan bahwa kedua variabel X dan Y berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas dilakukan untuk mendeteksi apakah suatu data memiliki varian yang sama atau tidak (Sianturi, 2022). Kriteria untuk uji homogenitas yaitu bilamana nilai Signifikansi lebih dari $> 0,5$ maka distribusi data itu homogen, dan di sisilain apabila nilai signifikansi (kurang dari $< 0,5$ maka distribusi data itu tidak homogen (Ismail, 2022). Pada penelitian ini menggunakan uji Levene's Test dengan bantuan SPSS. Berikut hasil dari uji homogenitas data yang telah di buat.

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
TOTAL VARIABLE	Based on Mean	3.415	1	248	.066
	Based on Median	3.813	1	248	.052
	Based on Median and with adjusted df	3.813	1	245.203	.052
	Based on trimmed mean	3.576	1	248	.060

Tabel 4. Uji Homogenitas

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dijelaskan hasil uji homogenitas dari variabel tersebut diperoleh nilai signifikan 0.066. Dikarenakan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 dari nilai tersebut bisa dikatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam varian antar kelompok data. Dengan demikian data tersebut dapat dikatakan homogen.

4. Uji Hipotesis

Uji ini bertujuan untuk mengetahui kesimpulan apakah suatu variabel independen mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap variabel dependen sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut diterima atau di tolak (Suwantik;Diansyah, 2022). Uji hipotesis dikerjakan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana di bantu menggunakan program SPSS agar perhitungan menjadi lebih akurat. Jika nilai signifikansi variabel kurang dari < 0.05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat keterkaitan antara variabel X dan Y, disisi lain jika hasil uji menunjukkan nilai signifikansi lebih dari > 0.05 sehingga dapat dinyatakan tidak ada hubungan antara kedua variabel (Nurmawati & Fariani, 2023). Berikut adalah hasil dari uji hipotesis.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10356.180	1	10356.180	500.917	.000 ^b
	Residual	2542.955	123	20.674		
	Total	12899.135	124			

^a. Dependent Variable: Y1

^b. Predictors: (Constant), Penggunaan media sosial Instagram

Tabel 5. Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dijelaskan bahwa diketahui nilai F hitung = 500.917 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dikare nakan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) maka hasilnya dikatakan signifikan. Dengan demikian dapat dikatakan variabel X (Id-ependen) berpengaruh terhadap variab-el Y (dependen).

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.801	4.547

^a. Predictors: (Constant), Penggunaan media sosial Instagram

^b. Dependent Variable: Y1

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dijelaskan hasil uji dari table, nilai korelasi (R) yaitu sebesar 0,896. Dari output diatas di peroleh koefisien determinasi (R square) yaitu 0,803. Artinya dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel X, yaitu penggunaan media sosial instagram terhadap variabel Y, yaitu perilaku narsis adalah sebesar 80,3%.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9.396	3.057		3.074
	Penggunaan media sosial Instagram	.848	.038	.896	22.381

^a. Dependent Variable: Y1

Tabel 7. Hasil Koefisien Regresi

Berdasarkan tabel 7. diatas dapat dijelaskan hasil uji dari tabel di peroleh nilai t hitung = 22.381 diketahui bahwa nilai T tabel dengan taraf signifikan 0,05% jadi diperoleh nilai t tabel yaitu = 1,657 sehingga nilai t hitung $> t$ tabel (22,381 $>$ 1,657). Diketahui dari tabel diatas nilai signifikannya 0,000 artinya nilai signifikan 0,000 $<$ 0,05. Berdasarkanketetapan diatas disimpulkan penggunaan media sosial Instagram berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku narsis.

Hasil penelitian regresi linear sederhana yang telah dilakukan bisa disimpulkan yaitu hipotesis alternatif (Ha) diterima. Berarti terdapat pengaruh yng signifikan antara variabel (X) yaitu penggunaan media sosial instagram terhadap variabel (Y), yaitu perilaku narsis. Pada penelitian ini diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R square) yang di peroleh yaitu 0,803 artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 80,3% sementara 19,7% merupakan pengaruh dari faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Temuan 80,3% menunjukkan adanya kecendrungan perilaku narsis. Hal ini selaras dengan Teori psikoanalisis yang

dipelopori oleh Freud yang dijelaskan pada buku “*General Introduction to Psychoanalysis*”: telah diterjemahkan oleh Ira Puspitorini. Freud merupakan orang yang pertama menggunakan istilah “narsistik”. Istilah ini untuk menggambarkan seseorang yang memperlihatkan bahwa dirinya sangat penting secara berlebihan dan yang terfokus pada keinginan memperoleh perhatian (Engkus et al., 2017). Pada teori ini setiap individu memiliki dorongan narsis, tetapi jika media sosial ini memberikan peluang untuk terus memperlihatkan diri, kebutuhan akan di kagumi akan semakin kuat. Media seperti ini menjadi cermin dimana seseorang melihat dirinya melalui pendapat atau sudut pandang orang lain.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian khoirul muslimin 2020, yang juga menemukan bahwa diperoleh pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku narsis dikalangan mahasiswa (Muslimin & Yusuf, 2020). Selanjutnya penelitian oleh Shania Liang (2021) menemukan bahwa diperoleh hubungan yang positif antara perilaku yang cenderung narsis dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram. Nilai kecenderungan perilaku narsis semakin tinggi maka semakin tinggi juga nilai intensitas penggunaan Instagram (Liang, 2021). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wasis Purwo, Ni Putu Rizky Arnani dan Hapsari Puspita Rini (2023) menemukan bahwa kecendrungan perilaku narsis yaitu suka memposting foto ataupun vidio dengan menunjukan citra diri yang baik, merasa senang apabila mempunyai banyak like dan follower (Wibowo et al., 2023).

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur terdahulu dengan memperluas konteks mengenai narsis dalam media sosial Instagram. Sebagian peneliti terdahulu masih berfokus

pada media sosial secara umum. Penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai subjek yang membahas perilaku narsis dengan kon teks motif penggunaan, durasi, dan fitur yang digunakan. Dengan begitu penelitian ini tidak hanya mengulang penelitian yang sudah ada, tetapi juga turut memberikan sudut pandang baru.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsis di kalangan mahasiswa STABN Raden Wijaya, dapat di simpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku narsis khususnya di kalangan mahasiswa. Dapat dikatakan bahwa mahasiswa yang memakai media sosial Instagram baik untuk membagikan aktivitas yang terlalu intens, mencari perhatian dengan pengguna lain melalui unggahannya, dan menggunakan fitur-fitur yang terdapat di aplikasi Instagram. hal tersebut menjadi salah satu wadah untuk mendapatkan perhatian dari pengguna lain secara berlebihan sehingga cenderung menunjukan perilaku narsis.

Dibuktikan pada hasil uji regresi sederhana dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 maka signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) kemudian bisa dikatakan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Selanjutnya pada uji koefisien determinasi nilai korelasi (R) yaitu 0,896. Dari output di peroleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,803,

hal tersebut menunjukan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh terhadap perilaku narsis sebesar 80,3%.

Selanjutnya hasil dari uji koefisien regresi diketahui bahwa nilai signifikannya 0,000 maksudnya nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai signifikansi bisa dinyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram berpengaruh positif dan

signifikan terhadap perilaku narsis. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ha diterima.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretik terhadap kajian narsis dengan memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial Instagram membentuk kecenderungan untuk membangun citra diri atau menampilkan diri secara berlebihan demi pengakuan sosial. Temuan ini memperkaya pemahaman mengenai dinamika narsis digital, khususnya dalam konteks mahasiswa pendidikan tinggi keagamaan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disarankan yaitu, kepada khususnya pengguna media sosial Instagram agar dapat lebih bijak dan selektif lagi dalam memakai media sosial Instagram ini. Pengguna juga harus bijak dalam mengontrol waktu dan membatasi durasi penggunaan media sosial agar menghindari ketergantungan terhadap validasi dalam bentuk like, komentar serta jumlah pengikut. Pengguna bisa melakukan kegiatan atau aktivitas yang bisa meningkatkan potensi diri atau perkembangan diri dengan hal ini pengguna dapat menghindari perilaku yang cenderung narsis. Peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengeksplorasi lebih dalam mengenai etika bermedia sosial dan pembentukan citra diri di platform digital.

Daftar Pustaka

- Aisya, A., Priana, A., Ardiningrum, S., & Safitri, D. (2019). The Use of Instagram on Political Participation of Communication Students in Universitas Negeri Jakarta. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 2(1), 28–35. <https://doi.org/10.32509/jhm.v2i1.987>
- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*

(R. . Gusti (ed.)). Kencana.

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Apriyani, I., Suntoda, A., & Didin, B. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Test Of Gross Motor Development-2 (TGMD-2). *Journal of Teaching Physical Education in Elementary School*, 2(229), 40–45.
- Asiah, N., Taufik, & Firman. (2018). Hubungan self control dengan kecenderungan narsistik siswa pengguna jejaring sosial instagram di SMP Negeri 2 Padang. *Jurnal Neo Konseling*, 1(1), 1–7.
- Darmawan, D., Febrianty, Utama, A. G. S., Marasabessy, S. A., Larasati, D. A., & Roosinda, F. W. (2021). *Pyschological Perspective In Society 5.0* (Di. U. Sutiksno, Ratnadewi, & I. Aziz (eds.); Sutiksno,). Zahir Publishing. https://books.google.co.id/books?id=Mpo9EAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PA91&dq=NARSI SME DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=NARSISME DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM&f=false
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 121–134. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220>
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36.

- <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Ismail, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Model Pembelajaran Berbasis Proyek “Project Based Learning” Terhadap Hasil Belajar Fisika Peserta Didik Kelas X IPA SMA Negeri 35 Halmahera Selatan Pada Konsep Gerak Lurus”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(5), 256–269. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6466594>
- Jorgi, B. (2024). *Pengaruh Bermain Game “ Mobile Legends : Bang Bang ” Terhadap Perilaku Kekerasan*. 2(3), 182–190.
- Laeli, A. N., Sartika, E., Rahman, F. N., & Fatchurrahmi, R. (2018). Hubungan Kontrol Diri dan Harga Diri Terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 23(1), 27–40. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol23.iss1.art3>
- Liang, S. (2021). Kecenderungan Perilaku Narsistik Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram. *Experientia: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 32–41. <https://doi.org/10.33508/exp.v9i1.2881>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Listyowantira, E. A. K., & Ardi, R. (2018). Pemburu “Like”: Efek Narsisme Dan Kebutuhan Rekognisi Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Ecopsy*, 5(3), 138–148.
- <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v5i3.5149>
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160. www.frans.co.id
- Martiani, H. T., Hadiwinarto, H., & Herawati, A. A. (2020). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram Dengan Perilaku Narsisme Siswa Sma Negeri 6 Kota Bengkulu Serta Implikasinya Pada Layanan Bimbingan Dan Konseling. *Triadik*, 19(2), 10–17. <https://doi.org/10.33369/triadik.v19i2.16455>
- Mawikere, L. M., Morasa, J., Ekonomi, F., Ratulangi, U. S., & Utara, S. (2022). PENGARUH PERAN PERANGKAT DESA DAN KOMPETENSI APARAT DESA TERHADAP AKUNTABILITAS PENGELOLAAN KEUANGAN DANA DESA Lidia M. Mawikere, Jenny Morasa. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(12).
- Milawati, M. (2019). *Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/17107>
- Murisal, M., Muhammad, M., Mardeni, M., & Maisiptian, F. (2023). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsis Mahasiswa Uin Imam Bonjol Padang. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 4(5), 500–514. <https://doi.org/10.35672/afeksi.v4i5.158>
- Muslimin, K., & Yusuf, M. D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal An-Nida*, 12(2), 140–146. ejournal.unisnu.ac.id

- Nugroho, M. P. D., & Panjaitan, B. S. (2021). Motif Mendengarkan Podcast Raditya Dika Di Spotify Terhadap Kepuasan Pendengar Mahasiswa Akmrvtv Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 22–34.
- Nurmawati, N., & Fariani, D. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kecendrungan Perilaku Narcisstict Remaja Akhir Di Kota Manado. *JSR - Jurnal Sains Riset*, 13(2), 10819–10825.
<https://doi.org/10.47647/jsr.v10i12>
- Putri, L. H. (2021). Perilaku Narsisme dan Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Siswa SMA. *Empati-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(1), 49–73.
<https://doi.org/10.26877/empati.v8i1.7806>
- Rafi, S. Y., Hamzah, R. E. E., & Pasaribu, M. (2021). Pengalaman Komunikasi LGBT Genarasi Z Melalui Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 4(1), 31–40.
<https://doi.org/10.32509/petanda.v4i1.1841>
- Rahmawati, D., Kristanto, T., Setya Pratama, B. F., & Abiansa, D. B. (2022). Prediksi Pelaku Perjalanan Luar Negeri Di Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Metode Regresi Linier Sederhana. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(3), 338–343.
<https://doi.org/10.47065/josh.v3i3.1507>
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi Sampel Variabel dalam Penelitian Kedokteran* (M. Nasrudin (ed.)). NEM - Anggota IKAPI.
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16.
<https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sarwono, J. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS* (Turiyanto (ed.)). Penerbit Gava Media.
- Sianturi, R. (2022). Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 8(1), 386–397.
<https://doi.org/10.53565/pssa.v8i1.507>
- Silalahi, H., Sibarani, Y., & Marbun, K. B. (2023). Fenomena narsis beragama di media sosial: Sebuah analisis-reflektif Matius 6:1. *Kurios*, 9(1), 148–157.
<https://doi.org/10.30995/kur.v9i1.566>
- Singh, S., Farley, S. D., & Donahue, J. J. (2018). Grandiosity on display: Social media behaviors and dimensions of narcissism. *Personality and Individual Differences*, 134(March), 308–313.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.06.039>
- Suwantik;Diansyah. (2022). Pengaruh Efisiensi Proses Bisnis Dan Keluasan Pangsa Pasar Terhadap Keputusan Berjualan Online Yang Dimod. *Media Studi Ekonomi*, 25(2), 4810–4814.
- Ulya, S. F., Sukestiyarno, Y., & Hendikawati, P. (2018). Analisis Prediksi Quick Count dengan Metode Stratified Random Sampling dan Estimasi Confidence Interval Menggunakan Metode Maksimum Likelihood. *UNNES Journal of Mathematics*, 7(1), 108–119.
- Utomo, M. P. (2023). *Facebook Sebagai Media Promosi Situs P-Store . Net (Studi Kasus : Pt . Trijaya Digital Grup)* Facebook Sebagai Media Promosi Situs P-Store . Net (Studi Kasus : Pt . Trijaya Digital Grup) (Vol. 24, Issue 2).
- Wibowo, W. P., Arnani, N. P. R., & Rini,

- H. P. (2023). Kecenderungan Perilaku Narsistik pada Remaja Putri Pengguna Instagram. *Journal of Education for All*, 1(2), 89–96. <https://doi.org/10.61692/edufa.v1i2.28>
- Wijaya, R., & Putranto, A. (2023). Instagram dalam Perspektif Kapitalisme Lanjut. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 2(2), 93–102. <https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v2i2.1729>