

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Narcissism* (dalam bahasa Inggris) atau *narsisisme* (dalam bahasa Belanda) adalah perasaan cinta terhadap diri sendiri yang berlebihan, istilah ini digunakan dalam psikologi oleh Sigmund Freud dengan mengambil tokoh dalam mitos Yunani, *Narcissus*. *Narcissus* melihat sebuah bayangan dirinya pada air mengalir, sejak saat itu ia sangat terpengaruh oleh bayangan tersebut, lalu timbul rasa cinta pada dirinya sendiri. Tanpa sengaja ia mengulurkan tangannya hingga tenggelam, dari kejadian tersebut di kenal lah bunga yang sampai sekarang disebut bunga narsis (King, Johnson, Davison, *et al.*, 2010). Narsisisme di populerkan pertama kali oleh seorang psikolog ternama dunia, yaitu Sigmund Freud. Freud menyatakan narsisisme adalah perasaan cinta terhadap diri sendiri yang berlebihan, narsisisme ditujukan kepada orang yang cenderung mencintai dirinya sendiri, kemudian bermanifestasi pada tingkah lakunya, serta meminta pengaguman dan pemujaan diri dari orang lain (Rumaisa, Arianti, Anshori, 2015).

Hubungan antara narsisisme dengan *selfie* ditandai dengan kepribadian narsisisme yang menggunakan aktivitas *selfie* sebagai sebuah sarana untuk menutupi hal-hal negatif dalam dirinya dengan cara melakukan sebuah tindakan untuk meningkatkan citra diri melalui dirinya sendiri (Rinna, 2018). Menurut Indriyani (2015) perilaku *selfie* merupakan perilaku yang menunjukkan kecintaan diri secara individual

atau kelompok. Namun hal ini berbeda menurut Charoensukmongkol (2016) yang menyatakan bahwa *selfie* merupakan suatu aktivitas yang dilakukan individu dimana pada salah satu faktor pembentuknya disebabkan oleh faktor psikologis (narsisisme). *selfie (self potrait)* merupakan suatu jenis foto potret diri yang di ambil sendiri dengan menggunakan kamera *handphone* (Rio, 2017). Istilah *selfie* bermula pada tahun 1524, ketika Parmigianino melukis potret dirinya dalam cermin cembung (Rettberg, 2014). Sejarah *selfie* selanjutnya ditemukan pada tahun 1839 oleh fotografer Amerika Serikat bernama Robert Cornelius. Banyaknya perkembangan dalam dunia fotografi yang akhirnya mempengaruhi masyarakat umum dunia di dalam mendokumentasikan kehidupannya melalui media fotografi. Ketika peluncuran kamera Kodak Brownie yang berukuran kotak di tahun 1900, telah membawa perkembangan yang cukup besar untuk dunia *selfie* (Mrazkova,1987).

*Selfie* merupakan sebuah fenomena yang lahir dari perkembangan teknologi yang pesat, fenomena *selfie* menunjukkan kecenderungan dalam menciptakan kesan yang baik kepada orang lain melalui potret baik diri kita yang diunggah melalui media sosial. Menurut Bennett dalam Barry, Doucette, Loflin, Rivera-Hudson, & Herrington (2014) penggunaan kata *selfie* mengalami peningkatan 17.000% dari kurun waktu 2012-2013, tentu hal tersebut seiring juga dengan jumlah unggahan foto *selfie* di media sosial yang semakin meningkat.

**Gambar 1.1** Hasil Survei Nasional Penetrasi Pengguna Internet 2018



Sumber: Website Resmi APJII.

Manusia semakin candu dan merasa ketergantungan terhadap sebuah teknologi yang hadir dengan memberikan fasilitas dalam menunjang kebutuhan dan sebagai sarana seseorang dalam mencari hiburan diri serta sebagai ajang untuk meningkatkan interaksi sosial melalui sebuah aplikasi di media sosial. Teknologi mampu menjadi obat manusia agar dapat menjadi seseorang yang terobsesi dengan kemudahan yang diberikan teknologi (Ismanto, 2019). Pada tahun 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei pengguna internet di Indonesia. Hasilnya menunjukkan 171,17 juta jiwa atau 64,8% dari 264 juta jiwa total masyarakat Indonesia adalah pengguna internet. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia, mulai mengubah pola pikir masyarakat Indonesia dari konvensional menjadi moderat (APJII, 2018).

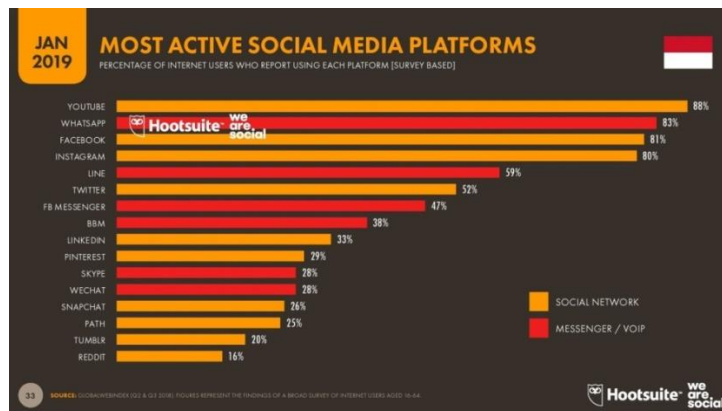
Tingginya jumlah pengguna internet di dunia membuat para ahli gencar menciptakan *platform-platform* media sosial yang memudahkan pengguna mengakses dan berinteraksi jarak jauh. *Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada Oktober 2010. *Instagram* berasal dari pengertian dan keseluruhan fungsi

aplikasinya, kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid, sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat ([instagram/about/us, 2020](https://www.instagram/about/us), di akses pada 17 april 2020).

*Instagram* adalah aplikasi berbagi foto dan video gratis yang tersedia di perangkat IOS Apple, Android, dan Windows Phone, melalui *instagram* pengguna bisa mengunggah foto dan video ke aplikasi *instagram* dan membaginya dengan pengikut mereka atau dengan grup teman. Pengguna pun juga bisa melihat, mengomentari, menyukai postingan yang dibagikan oleh teman mereka di *instagram* (*what is instagram, 2020*, di akses pada 17 april 2020).

September 2012, Mark Zuckerberg melaporkan bahwa *Instagram* telah digunakan oleh 100 juta orang. Seperti halnya dengan *pinterest*, pertumbuhannya luar biasa dilengkapi dengan kemampuan untuk berbagi foto di *platform* media sosial (Cahyono, 2016). Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial *instagram* dapat melayani pengguna untuk mengunggah foto dan video menggunakan jejaring internet yang cepat.

**Gambar 1.2** Hasil Survei Platform Media Sosial paling aktif di Indonesia 2019



Sumber: Website Global web index.

Survei lembaga GlobalWebIndex pada bulan Januari 2019 pengguna *instagram* di Indonesia sebesar 80% dan menempati urutan ke tiga sebagai akun media sosial yang banyak digunakan di Indonesia setelah *Youtube* 88% dan *Facebook* 81%. Berdasarkan hasil survei pada gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa *instagram* menjadi salah satu *platform* yang paling banyak di minati masyarakat Indonesia.

*Instagram Stories*, salah satu fitur dari *instagram* yang meniru aplikasi *snapchat* merupakan fitur untuk pengguna mengirim foto dan video ke pengikutnya (*followers*). Unggahan tersebut yang dibagikan dalam *instagram stories* bersifat sementara dan tidak dapat dilihat lagi setelah 24 jam. Pengguna juga dapat melihat jumlah dan nama pengakses pada *stories* yang pengguna unggah (Nurchayani, 2018). Kemunculan fitur seperti *instagram stories* menjadikan wadah untuk pengguna khususnya remaja dalam mengunggah foto *selfie*-nya. Remaja menjadi semakin gemar menampilkan dirinya kepada khalayak dikarenakan *instagram* memberikan kebebasan dalam mengunggah dan membagikan foto yang ia inginkan. Remaja menjadi merasa percaya diri untuk mengunggah dan membagikan foto sehingga menyebabkan munculnya sikap narsisisme berkembang di *instagram* (Arif, 2017).

Narsisisme adalah sikap mencintai diri sendiri di mana individu tersebut peduli dengan dirinya secara berlebihan, mempunyai keyakinan yang berlebih tentang dirinya seperti berkhayal akan kekuasaan dan keberhasilan, cinta terhadap pengakuan akan kecerdasan ataupun

kepandaian (Nevid, 2009). Berdasarkan pedoman DSM-IV (*Diagnostic Statistical Manual of Mental Disorder*) tahun 1994 yang dikembangkan oleh *American Psychiatric Association*, menjelaskan mengenai ciri-ciri seseorang dengan kategori narsisisme diantaranya merasa dirinya paling hebat, percaya diri berlebihan, gemar berkhayal tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan atau cinta sejati, merasa layak untuk diperlakukan secara istimewa, kurang empati, sering kali memiliki rasa iri pada orang lain dan juga angkuh kepada lingkungan sekitar (Adi, Yudiati, 2009).

Penelitian ini dilakukan pada remaja karena menurut Hurlock, masa remaja merupakan masa kematangan mental, emosional, sosial dan fisik (Hurlock, 1991). Batasan usia remaja ada pada kelompok usia 12-21 tahun, remaja dominan menyukai hal-hal yang mampu membawa kesenangan terhadap pribadinya sendiri, pujian dan sanjungan yang diberikan oleh orang lain terhadap dirinya merupakan salah satu capaian yang remaja inginkan. Menurut DSM-IV tahun 1994 sifat-sifat narsisisme kemungkinan bisa menjadi sesuatu yang biasa terutama dalam usia remaja.

**Gambar 1.3** Proyeksi Penduduk Kota Surabaya tahun 2019

Umur	Proyeksi Laki-laki 2019	Penduduk Kota Surabaya Perempuan 2019	Jumlah 2019
0-4	107.043	102.663	209.706
5 sampe 9	107.536	103.436	210.972
10 sampe 14	98.976	95.048	194.024
15-19	108.479	118.284	226.763
20-24	144.661	147.358	292.019
25-29	137.343	135.581	272.924
30-34	125.978	126.098	252.076
35-39	116.992	119.206	236.198
40-44	105.843	108.846	214.689
45-49	95.379	101.564	196.943
50-54	86.854	94.898	181.752
55-59	72.281	79.841	152.122
60-64	52.247	52.420	104.667
65-69	35.742	33.603	69.345
70-74	19.089	20.853	39.942
75+	16.545	25.508	42.053
Total	1.430.988	1.465.207	2.896.195

Sumber: [surabayakota.bps.go.id](http://surabayakota.bps.go.id)

Lokasi penelitian dilakukan di Surabaya karena Surabaya merupakan kota dengan jumlah penduduk terbanyak ke dua setelah Jakarta dengan jumlah penduduk mencapai 2.896.195 juta jiwa di tahun 2019 dan rata-rata penduduk jenis kelamin laki-laki berjumlah 1.430.988 juta jiwa, serta penduduk perempuan berjumlah 1.465.207 juta jiwa ([surabayakota.bps.go.id](http://surabayakota.bps.go.id) di akses pada 19 april 2020).

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh mengakses *instagram stories* terhadap kecenderungan narsisisme remaja di Surabaya?
2. Bagaimana bentuk narsisisme sebagai hasil pengaruh mengakses *instagram stories* terhadap kecenderungan narsisisme remaja di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh mengakses *instagram stories* terhadap kecenderungan narsisisme remaja di Surabaya.
2. Untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk pengaruh mengakses *instagram stories* terhadap kecenderungan narsisisme remaja di Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Untuk akademis dan peneliti, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan kajian khalayak media baru.



### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pengguna *instagram* agar mampu memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai kecenderungan narsisisme di *instagram stories*.
- b. Pengelola media sosial khususnya *instagram* agar dapat mengambil sisi positif dari media sosial.

## **1.5 Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian berisi rincian laporan skripsi dan secara ringkas mendeskripsikan bagian-bagian pada penelitian yang dilakukan. Berikut penjelasan sistematika setiap bab:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan yang akan di bahas, tujuan permasalahan dan manfaat dilakukannya penelitian serta sistematika penulisan laporan skripsi.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan hasil penelitian terdahulu, landasar teori atau konsep dari variable-variabel yang mendukung terlaksana penelitian serta kerangka dasar penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode dan langkah-langkah dalam penelitian yang meliputi tipe penelitian, peran penelitian, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

#### **BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai penyajian data analisis data dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang telah diperoleh.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari seluruh pembahasan dan saran-saran, bab ini juga di lengkapi dengan daftar pustaka serta lampiran-lampiran yang mendukung penulis berdasarkan hasil penelitian.