

**HUBUNGAN KEPERIBADIAN NARSISTIK DENGAN INTENSI
MENGUNGGAH FOTO DI INSTAGRAM**

PADA MAHASISWA LAKI-LAKI

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya

Oleh :

YAYAH NURJANAH

1315120301111078



JURUSAN PSIKOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2017

LEMBAR PENGESAHAN

**HUBUNGAN KEPERIBADIAN NARSISTIK DENGAN INTENSI MENGUNGGAH FOTO
DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA LAKI-LAKI**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Yayah Nurjanah

135120301111078

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana pada tanggal 18 September 2017

Tim Penguji :

Pembimbing



Drs. Amir Hasan Ramli, M.Si., Psi

NIP. 194812071979031001

Ketua Penguji



Faizah, S.Psi., M.Psi

NIP. 198012202015042001

Anggota Penguji



Thoyyibatus Sarirah, S.Psi., M.Si

NIK. 2013048311242001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Brawijaya



Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak

NIP. 196908141994021001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yayah Nurjanah

NIM : 135120301111078

Jurusan : Psikologi

Institusi : Universitas Brawijaya

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“HUBUNGAN KEPERIBADIAN NARSISTIK DENGAN INTENSI MENGUNGGAH FOTO DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA LAKI-LAKI”** adalah benar karya saya sendiri, bukan karya ilmiah dan orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya yang telah ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia untuk mengganti isi skripsi saya dan melakukan ujian ulang.

Yang membuat pernyataan,



Yayah Nurjanah

NIM. 135120301111078

HUBUNGAN KEPERIBADIAN NARSISTIK DENGAN INTENSI MENGUNGGAH FOTO DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA LAKI-LAKI

Oleh:

Yayah Nurjanah

yayahnurjanah12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa laki-laki pengguna media sosial instagram di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya dengan sampel 100 orang. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling*. Data penelitian diperoleh menggunakan skala kepribadian narsistik yang disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan teori Ackerman (2011) dan skala intensi mengunggah foto menggunakan skala Mayori (2015) berdasarkan teori Ajzen (2005). Analisis data menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Hasil penelitian dengan analisis statistik menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

Kata kunci: Kepribadian narsistik, Intensi mengunggah foto di instagram, Mahasiswa laki-laki

RELATIONSHIP BETWEEN NARCISSISTIC PERSONALITY WITH INTENTION UPLOADING PHOTOS IN INSTAGRAM ON MALE STUDENTS

By:

Yayah Nurjanah

yayahnurjanah12@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out whether there is a relationship between narcissistic personality with intention uploading photos in instagram on male students Faculty Of Computer Science Brawijaya University. The population in this study were students who using social media specially instagram in Faculty Of Computer Science Brawijaya University with 100 students as the sample. The researcher use accidental sampling. The research data was obtained using narcissistic personality scale that was prepared by the researchers based on Ackerman's theory (2011) and intention scale of uploading photo used Mayori's scale based on Ajzen's theory (2005). Data analysis using product moment pearson correlation technique. The result of statistical analysis showed that the value of correlation coefficient of 0.305 with significance value of 0.02 ($p < 0.05$). These results indicate that there is a positive correlation between the narcissistic personality and the intention of uploading photos in instagram on male students Faculty Of Computer Science Brawijaya University.

Keywords: Narcissistic personality, Intention of uploading photos in instagram, Male students

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Kepribadian Narsistik dengan Intensi Mengunggah Foto di Instagram Pada Mahasiswa Laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya”.

Skripsi ini merupakan rangkaian akhir dari proses yang ditempuh penulis selama menempuh Pendidikan S1 di Jurusan Psikologi Universitas Brawijaya, dan juga awal untuk proses yang baru.

Pada penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak menerima dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yaitu kepada :

1. Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
2. Cleoputri Al Yusainy, S.Psi., M.Psi., Ph.D selaku Kepala Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
3. Drs. Amir Hasan Ramli, M.Si., Psi selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan serta masukan kepada penulis dalam melaksanakan dan juga menyelesaikan skripsi.

4. Kedua orang tua penulis Bapak Samsul Hananto (Almarhum) dan Ibu Umiyatun yang selalu menjadi penyemangat serta senantiasa memberikan dukungan serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.
5. Kakak-kakak tercinta Sukma F, Fazri R.D, Rike S yang selalu mengingatkan dan mengarahkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman seperjuangan Grub Line "Bocorsquad Reborn" : Bagus, Billy, Galih, Husna, Retno, Yogi yang selalu ada dan selalu mendukung dalam keadaan senang, sedih, dan suntuk ketika pengerjaan skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan Grub Line "Ciwi-ciwi Setrong" : Ainun, Dela, Laily, Maul, Mia, Neny, Nia, Nova dan Rahma yang selalu berjalan bersama sejak semester awal, dan saling mendukung satu sama lain.
8. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, maka dari itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Malang,

Yayah Nurjanah

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUANii

LEMBAR PENGESAHANiii

LEMBAR PERNYATAAN iv

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI.....vii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR..... x

DAFTAR LAMPIRAN xi

ABSTRAK xii

ABSTRACT..... xiii

BAB 1 PENDAHULUAN1

A. Latar Belakang1

B. Rumusan Masalah6

C. Tujuan Penelitian6

D. Manfaat Penelitian6

E. Penelitian Terdahulu7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....12

A. Kepribadian Narsistik12

B. Intensi Dalam Aktivitas Mengunggah Foto Di Instagram15

C. Hubungan Kepribadian Narsistik dengan Intensi Mengunggah Foto di Instagram
pada Mahasiswa Laki-laki20

D. Kerangka Berfikir23

E. Hipotesis23



BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian.....	24
B. Variabel Penelitian.....	24
C. Definisi Operasional.....	25
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	26
F. Data.....	28
G. Instrumen Penelitian.....	29
H. Pengujian Alat Ukur.....	33
I. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian.....	44
1. Deskripsi Subjek.....	44
2. Analisis Statistik Deskriptif.....	45
3. Uji Asumsi.....	48
a) Uji Normalitas.....	48
b) Uji Linearitas.....	48
c) Uji Hipotesis.....	49
B. Pembahasan.....	50
C. Keterbatasan Penelitian.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skala Kepribadian Narsistik Sebelum Uji Coba (*Try Out*) 29

Tabel 2. Skala Intensi Mengunggah Foto di Instagram Sebelum Uji Coba
(*Try Out*) 31

Tabel 3. Hasil Analisis Aitem Skala Kepribadian Narsistik 34

Tabel 4. Hasil Analisis Aitem Intensi Mengunggah Foto di Instagram 36

Tabel 5. *Blueprint* Skala Kepribadian Narsistik Setelah Uji Coba
(*Try Out*) 37

Tabel 6. Perubahan Nomor Aitem skala kepribadian narsistik..... 38

Tabel 7. *Blueprint* Skala Intensi Mengunggah Foto di Instagram Setelah
Uji Coba (*try Out*) 39

Tabel 8. Perubahan Nomor Aitem Skala Intensi Mengunggah Foto di
Instagram..... 40

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Skala 41

Tabel 10. Deskripsi Usia Subjek 44

Tabel 11. Perbandingan Skor Hipotetik dan Empirik 45

Tabel 12. Norma Kategori Subjek 46

Tabel 13. Kategorisasi Subjek Berdasarkan Skala Variabel X dan Y 47

Tabel 14. Hasil Uji Normalitas 48

Tabel 15. Hasil Uji Linearitas 48

Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis 49





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....23



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku manusia pada dasarnya berbeda-beda dari satu individu dengan individu lain, dengan perbedaan tersebut setiap orang memunculkan respon yang berbeda-beda pula dalam menyalurkan segala aktivitas kehidupannya. Seseorang dapat menyalurkan berbagai aktivitas kehidupannya, salah satunya melalui media sosial. Pada zaman sekarang media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi seseorang, hal ini dibuktikan dengan adanya kemunculan berbagai media sosial seperti *facebook, whatsapp, twitter, path, snapchat, friendster* dan *instagram*. Media sosial *instagram* diprediksi akan menjadi salah satu media sosial yang diminati oleh masyarakat (Rahmanita, 2014).

Menurut lembaga survei *GlobalWebIndex*, *instagram* berada di posisi kesepuluh dalam daftar sepuluh aplikasi yang paling banyak dipakai oleh para pengguna *smartphone* (Hidayat, 2013), hal ini membuktikan bahwa meskipun tergolong aplikasi baru, media sosial *instagram* cukup mampu bersaing dengan media sosial lain. Saat ini jumlah pengguna aktif media sosial *instagram* telah mencapai kisaran 600 juta akun, angka tersebut sudah dua kali lebih banyak dibandingkan dua tahun lalu yang tercatat sebanyak 300 juta (Yusuf, 2016).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan penggunanya untuk membagikannya ke akun media sosial lain ataupun ke akun *instagram* sendiri (Aditia, 2015). Media sosial *instagram* dapat digunakan untuk membagikan aktivitas yang orang tersebut lakukan melalui

instastory dan akan hilang dengan sendirinya selama 24 jam, selain itu, instagram juga dapat digunakan untuk siaran langsung (*live*) sehingga semua orang dapat melihat kegiatan apa saja yang orang tersebut lakukan selama siaran langsung (*live*). Berdasarkan uraian di atas, instagram berbeda dengan media sosial lainnya, jika media sosial lain dapat digunakan untuk berbagi foto, video durasi panjang, menulis status, serta bermain *game*, instagram hanya berfokus pada foto dan video durasi pendek. Meskipun instagram memiliki keterbatasan dibandingkan dengan media sosial lain, instagram tetap menjadi media sosial terpopuler di Indonesia (Rahmanita, 2014).

Media sosial saat ini sudah mulai diminati oleh hampir semua kalangan masyarakat, dari yang tua, muda, anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Survei yang dilakukan oleh *Pew Research Center's Internet & American life Project Tracking Surveys* mengungkapkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar pada pengguna internet sebesar 93% (Sherlyanita & Rakhmawati, 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mehdizadeh (2010), dengan subjek mahasiswa di *York University* sejumlah 100 orang memiliki tingkat narsis yang tinggi pada aktivitas *online*, hal ini sejalan dengan pendapat Mayori (2015), dengan subjek mahasiswa di Universitas X yang berjumlah 100 orang memiliki narsistik terhadap aktivitas mengunggah foto di media sosial instagram, sehingga pada penelitian ini peneliti memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian.

Pada penggunaan media sosial semua orang dapat melakukannya, sehingga profesi dan jenis kelamin bukan menjadi halangan seseorang untuk menggunakan media sosial. Pengguna aktif media sosial tidak terbatas hanya pada satu kaum saja, tetapi penggunaannya sudah mulai merata antara laki-laki dan perempuan.

Berkembangnya media sosial yang ada di Indonesia membuat seseorang merasa semakin dekat dengan kehidupan penggunanya, seperti saat seseorang itu makan, berada di tempat-tempat yang mereka kunjungi dan setiap pengalaman baik atau buruk yang seseorang tersebut alami, mereka merasa harus membaginya melalui media sosial. Adanya media sosial instagram, seseorang akan bebas menampilkan aktivitas dan penampilan fisik mereka kapanpun dan dimanapun.

Mahasiswa yang berada di Fakultas Ilmu Komputer belajar mengenai jaringan komputer, administrasi server, perangkat bergerak, pemrograman *web*, elektronika dan lain-lain, yang setiap harinya berhubungan dengan internet ataupun jaringan sosial sehingga mereka lebih memahami dan tidak asing dengan adanya internet sekaligus media sosial instagram, selain itu mayoritas mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer lebih tertarik kepada media sosial instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya sebagai sarana mengunggah foto, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada beberapa mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer.

Perilaku mengunggah foto tersebut ditunjukkan dengan unggahan mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer yang secara aktif mengunggah foto dirinya ke akun media sosial instagram miliknya sendiri. Saat ini instagram menjadi salah satu media sosial, dimana setiap orang berlomba-lomba untuk menampilkan hasil foto terbaiknya agar diakui oleh orang lain (Rahmanita, 2014). Pada laki-laki maupun perempuan, menggugah suatu foto secara aktif di media sosial, khususnya instagram sudah menjadi suatu gaya hidup dan seakan-akan telah menjadi semacam norma baru serta begitu kental peranannya dalam dunia modern (Husnantiya, 2014).

Kata narsistik atau narsis sering disebutkan pada mereka yang seringkali membanggakan dirinya sendiri atau mereka yang sering berfoto ria untuk dipamerkan kepada orang lain, salah satunya dengan diunggah ke dalam media sosial miliknya Chaplin (Kristanto, 2012). Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Leonard (2016) bahwa alasan utama seseorang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk ajang eksis dengan cara mengunggah foto. Menurut Psikolog Efni Indriane, seseorang yang mengunggah foto dirinya tidak selalu merupakan ekspresi untuk menampilkan kecantikannya, tetapi lebih kepada membutuhkan pengakuan karena media sosial merupakan salah satu wadah untuk mendapatkan eksistensi, sehingga perilaku mengunggah foto merupakan cara seseorang untuk mendapatkan pengakuan dan adanya sedikit narsistik (Wahyuni, 2015).

Pada penelitian ini kepribadian narsistik dikaitkan dengan intensi mengunggah foto di instagram. Saat seseorang mengunggah foto ke akun media sosial, orang tersebut akan menekankan aspek pribadi mereka atau membagi foto yang menyampaikan gambar terbaik untuk mengatur kesan yang baik kepada orang lain. Berdasarkan DSM IV-TR (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*) salah satu ciri narsistik adalah memiliki kebutuhan eksesif untuk dipuja, ciri tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kristanto (2012), bahwa kebutuhan eksesif seseorang dapat dimanifestasikan dengan cara mengunggah foto yang berkaitan dengan dirinya di media sosial instagram dengan tujuan untuk mencari perhatian dan pengakuan dari orang lain.

Perilaku mengunggah foto tersebut diawali dengan adanya keinginan dari dalam diri individu untuk menampilkan suatu perilaku atau yang disebut dengan

intensi. Intensi adalah kemungkinan seseorang untuk menampilkan suatu perilaku Fishbein & Ajzen (Ramdhani, 2011). Seseorang yang memiliki intensi untuk mengunggah foto di instagram memiliki peluang untuk menampilkan perilaku mengunggah foto tersebut karena intensi sangat dekat dengan munculnya perilaku dan intensi dipengaruhi oleh latar belakang tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Mayori (2015), mengungkapkan bahwa faktor-faktor pendorong intensi yaitu *Attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* Fishbein & Ajzen (Ramdhani, 2011), dapat memprediksi tingkat penggunaan jejaring sosial instagram. Penelitian tersebut sesuai dengan penelitian Pelling & White (2009) yang meneliti peran intensi dalam memprediksi tingkat penggunaan jejaring sosial.

Berdasarkan berbagai penjelasan tersebut dan fenomena yang terjadi akibat media sosial khususnya instagram saat ini sangat menarik untuk diteliti, oleh karena itu, perlu diteliti lebih lanjut tentang hubungannya dengan kepribadian narsistik, sehingga melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan Kepribadian Narsistik dengan Intensi Mengunggah Foto di Instagram Pada Mahasiswa Laki-Laki”.

B. Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana psikologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.

2. Tujuan Khusus

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan psikologi, khususnya mengenai bidang media sosial instagram dan kepribadian narsistik.

2. Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada peneliti mengenai intensi dalam aktivitas media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait dengan penggunaan media sosial khususnya instagram.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan tentang hubungan kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas

Ilmu Komputer akan mengacu pada berbagai penelitian terdahulu, antara lain :

1. Rahmanita, U. (2014) Perbedaan Kecenderungan Narsistik Antara Laki-laki dan Perempuan Pengguna Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal. Psikologi Universitas Brawijaya*.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan perbedaan kecenderungan narsistik antara laki-laki dan perempuan pengguna jejaring sosial instagram. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jejaring sosial instagram di universitas X, dengan sampel 60 laki-laki dan 60 perempuan. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *purposive sample*. Data penelitian diperoleh menggunakan skala kecenderungan narsistik. Analisis data menggunakan *independent sampel t-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,538 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kecenderungan narsistik antara laki-laki dan perempuan pengguna jejaring sosial instagram.

2. Mehdizadeh (2010). *Narcissism and Self-Esteem on Facebook. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. Journal, Volume 13, Number 4.*

Situs jejaring sosial *online* telah dinyatakan sepenuhnya sebagai metode baru dari penyajian diri (*self-presentation*). Media sosial internet ini memberikan analisis dari situs baru yang menguji identitas dan kepribadian.

Penelitian baru-baru ini menguji bagaimana narsisme dan *self-esteem*

dimanifestasikan pada situs jejaring sosial *facebook*. *Self-esteem* dan laporan diri kepribadian narsistik dikumpulkan dari 100 pengguna *facebook* di *York University*. Melalui *web pages* partisipan diberikan kode berupa tampilan pada konten *self-promotional*. Analisis korelasi menyatakan bahwa individu dengan narsisme yang lebih tinggi dan *self-esteem* yang rendah berhubungan pada aktivitas *online* yang lebih besar dengan konten *self-promotional*. Pada penelitian ini, perbedaan gender juga mempengaruhi tipe konten *self-promotional* yang diperkenalkan oleh pengguna *facebook* secara individu.

3. Pangastuti, H. (2015). Hubungan Antara Narsisme Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial *Facebook*. *Jurnal*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara narsisme dengan presentasi diri, serta mengetahui tingkat presentasi diri dan narsisme pengguna *facebook*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa psikologi angkatan 2014 disalah satu perguruan tinggi swasta di Surakarta, dengan sampel 67 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* Data penelitian diperoleh menggunakan skala narsisme dan skala presentasi diri. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi $p = 0,019$ ($p < 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara narsisme dengan presentasi diri.

4. Compiet, Kris. (2013). *Narcissism on Facebook: Appearance and Evaluation of Narcissistic Facebook Behavior. Journal Of Communication Science University of Amsterdam.*

Penelitian ini berfokus pada bagaimana dua aspek dari kepribadian narsistik, yaitu *Grandiose Exhibitionism* (GE) dan *Entitlement and Exploitativeness* (EE) berhubungan dengan perilaku menggunakan *facebook*. Penelitian ini diberikan kepada 287 responden yang berada pada masa dewasa awal, yaitu berusia 17-27. Survei yang diberikan tersebut menilai perbedaan perilaku menggunakan *facebook* dan karakteristik pribadi, seperti narsisme, kebutuhan akan popularitas, harga diri, dan kepuasan hidup.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa GE dan EE memiliki hubungan yang unik dengan perilaku menggunakan *facebook*. Responden dengan tingkat GE yang tinggi, lebih sering menggunakan *facebook*, memiliki banyak komunitas *online* di *facebook*, dan *facebook* lebih sering digunakan untuk mempromosikan diri. Responden dengan skor EE yang tinggi, suka menerima orang asing untuk menjadi teman dan suka membalas *feedback* yang negatif. Hasil ini membuktikan bahwa kedua aspek dari kepribadian narsistik berhubungan secara spesifik dengan perilaku menggunakan *facebook*.

5. Mayori, C. (2015) Hubungan Kecenderungan Narsistik Dengan Intensi Mengunggah Foto Di Instagram Pada Perempuan. *Skripsi*. Psikologi Universitas Brawijaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kecenderungan narsistik dengan intensi mengunggah foto di Instagram pada perempuan. Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan pengguna media sosial instagram di Universitas X, dengan sampel 82 orang namun dibulatkan menjadi 100 orang pengguna instagram yang berjenis kelamin perempuan. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *purposive sample*. Data penelitian diperoleh menggunakan skala kecenderungan narsistik yang disusun oleh Rahmanita (2014) dan skala intensi mengunggah foto di instagram yang disusun oleh peneliti berdasarkan dimensi intensi dari Ajzen (2005). Analisis data menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,036 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan kecenderungan narsistik dengan intensi mengunggah foto di Instagram pada perempuan.

6. Pelling, E.M. & White. K.M. (2009). *The Theory of Planned Behaviour Applied to Young People's Use of Social Networking Websites*. *Journal of Psychology and Counselling Queensland University* 12.

Meningkatnya popularitas dari situs jejaring sosial tidak hanya diikuti oleh variabel psikososial. Jejaring sosial juga memprediksi apa alasan kebanyakan orang menggunakan jejaring sosial tersebut. Penelitian ini menjelaskan *Theory of Planned Behaviour*, termasuk variabel tambahan yaitu *self-identity* dan *belongingness* untuk memprediksi tingkat penggunaan dan perilaku seseorang pada jejaring sosial. Subjek pada penelitian ini mahasiswa yang berusia 17-24 tahun. Hasil dari penelitian

tersebut adalah *Theory of Planned Behavior* memiliki nilai yang signifikan terhadap intensi penggunaan jejaring sosial yang tinggi, selain itu, *self-identity* juga berkontribusi secara signifikan dalam memprediksi intensi pada penggunaan jejaring sosial.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepribadian Narsistik

1. Definisi Kepribadian Narsistik

Kepribadian narsistik adalah gangguan yang melibatkan pola *pervasive* dari *grandiosity* dalam fantasi atau perilaku, kebutuhan akan dipuji dan kurangnya empati (Durand & Barlow, 2006). Seseorang dengan kepribadian narsistik mengharapkan orang lain memuji dirinya, kurang peka terhadap kebutuhan orang lain, mereka sibuk mengarahkan diri untuk meraih tujuan mereka sendiri (Halgin & Susan, 2010), hal tersebut sesuai dengan pendapat Mehdizadeh (2010) bahwa seseorang dengan kepribadian narsistik memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas, selalu asik dan hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut kesenangan diri sendiri.

Menurut Ackerman (2011), kepribadian narsistik merupakan suatu kepribadian dimana seseorang memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dan menonjolkan kemampuan dirinya sehingga orang lain memberikan pujian dan iri atas apa yang dimilikinya, selain itu narsisme merupakan suatu konstruk yang kompleks dan beragam yang terdiri dari karakteristik atau komponen sosial baik secara adaptif maupun maladaptif.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku narsistik ditandai dengan kecenderungan seseorang memandang dirinya secara berlebihan, senang menyombongkan diri sendiri, berharap orang lain

akan memberikan pujian atas apa yang dimilikinya, kurangnya rasa empati dan merasa dirinya seseorang yang unik.

2. Karakteristik Kepribadian Narsistik

Terdapat 3 karakteristik dalam narsistik menurut Ackerman (2011) yaitu:

a) *Leadership/Authority*

Faktor ini mencerminkan mengenai persepsi diri akan kepemimpinan, dominasi, dan kemampuan untuk menjadi agen sosial. Seseorang yang memiliki *leadership/Authority* yang tinggi akan termotivasi untuk menjadi pemimpin dan mencari kekuasaan dan wewenang atas orang lain.

b) *Grandiose/Exhibitionism*

Seseorang yang memiliki sifat *grandiose/exhibitionism* mencerminkan seseorang yang mementingkan diri sendiri, sombong, dan cenderung suka pamer. Seseorang dengan *grandiose/exhibitionism* yang tinggi mereka mencintai dirinya sendiri dan mendambakan perhatian, serta aktif mencari peluang untuk mempromosikan dan memamerkan dirinya.

c) *Entitlement/Exploitativeness*

Entitlement/Exploitativeness ini mencerminkan mengenai hak untuk memiliki sesuatu yang pantas didapatkan, memiliki keinginan untuk memanfaatkan orang lain. Seseorang dengan *Entitlement/Exploitativeness* yang tinggi merasa dirinya layak untuk dihormati, memiliki harapan akan perlakuan yang berlebihan dan tidak masuk akal dari orang lain terhadap dirinya,

serta memiliki kepercayaan bahwa, mereka layak mendapatkan apapun yang mereka inginkan dengan cara mengambil keuntungan dari orang lain.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Kepribadian Narsistik

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi sikap narsistik menurut

Lubis (Apsari, 2012) adalah sebagai berikut :

a) Faktor biologis

Gangguan narsistik secara biologis lebih banyak dialami oleh seseorang yang memiliki orang tua penderita neurotik, selain itu jenis kelamin, usia, fungsi hormonal dan struktur-struktur fisik yang lain juga berhubungan dengan narsistik.

b) Faktor Psikologis

Faktor psikologis dalam narsistik melibatkan temperamen dan kemampuan untuk mengelola stres. Beberapa peneliti menyatakan bahwa narsistik lebih mungkin untuk berkembang pada seseorang yang memiliki pengalaman masa kecil dimanjakan secara berlebihan.

c) Faktor Sosiokultural

Pengaruh budaya erat kaitanya dengan perkembangan zaman dan gaya hidup masyarakat. Salah satu penyebab perubahan sosiokultural adalah media. Media memberikan informasi tentang bagaimana masyarakat *modern* harus memiliki cita-cita yang besar untuk mencapai hal-hal yang lebih baik. Melalui media, seseorang diajarkan untuk mengharapkan perlakuan khusus dan

memperhatikan nilai masyarakat yang saat ini berlaku. Saat ini, norma mengajarkan seseorang untuk mengharap dan mendapatkan sesuatu agar menjadi seseorang yang unggul dan dapat diterima oleh masyarakat.

B. Intensi dalam aktivitas mengunggah foto di instagram

1) Intensi

Intensi dapat digunakan untuk memprediksi seberapa kuat keinginan individu untuk menampilkan perilaku, serta seberapa besar usaha yang direncanakan atau dilakukan untuk melakukan perilaku tersebut Fishbein & Ajzen (Ramdhani, 2011), selain itu, intensi melibatkan pembuatan komitmen perilaku, untuk menunjukkan suatu perilaku ada harapan yang diperkirakan seseorang dalam menunjukkan perilaku tersebut, bahkan ketika komitmen belum dibuat (Landry, 2003).

Intensi merupakan niat seseorang untuk melakukan perilaku yang didasari oleh sikap dan norma subjektif terhadap perilaku. Norma subjektif muncul dari keyakinan normatif terhadap akibat dari suatu perilaku yang dilakukan. Keyakinan normatif tersebut terbentuk dari umpan balik yang diberikan oleh perilaku itu sendiri (Ajzen, 2005).

Menurut Fishbein & Ajzen (Ramdhani, 2011), faktor yang mempengaruhi pembentukan intensi adalah sebagai berikut :

a) *Attitude toward behavior*

Sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh mengenai konsekuensi dari suatu perilaku tersebut (*behavioral beliefs*). *Belief* berkaitan mengenai konsekuensi positif atau negatif yang

akan diperoleh individu dari melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2005).

Keyakinan individu mengenai suatu perilaku dan hasil dari perilaku tersebut disebut dengan sikap. Sikap terhadap suatu perilaku ini ditentukan oleh keyakinan (*belief*) dan memiliki akibat dari perilaku yang dilakukan.

Keyakinan tersebut disebut dengan *behavioral beliefs*, selain itu, sikap juga ditentukan oleh evaluasi akibat tingkah laku dan seberapa kuat konsekuensi tersebut diasosiasikan dengan tingkah laku.

b) *Subjective norm*

Norma subjektif adalah persepsi seseorang akan tekanan sosial untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan tingkah laku dengan pertimbangan tertentu (Ajzen, 2005). Norma subjektif merupakan persepsi individu tentang norma sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

c) *Perceived Behavioral Control*

Perceived Behavioral Control (PBC) adalah perasaan *self efficacy* atau kesanggupan seseorang untuk menunjukkan tingkah laku yang diinginkan (Ajzen, 2005). *Perceived Behavioral Control* (PBC) dapat juga diartikan sebagai penilaian terhadap kemampuan atau ketidakmampuan seseorang untuk menampilkan perilaku, atau penilaian seseorang mengenai seberapa mudah atau seberapa sulit untuk menampilkan perilaku. Pada *Perceived Behavioral Control* (PBC) juga terdapat penilaian tentang hal-hal yang menjadi pendukung dan menghambat suatu perilaku.

2) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Salah satu fitur yang unik di instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera *instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak (Nurudin, 2012).

Instagram berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn, *Inc*, yang pada saat itu merupakan sebuah teknologi yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya perusahaan tersebut memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile, tetapi CEO keduanya memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Awalnya mereka membuat berbagai aplikasi, namun pada akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto.

Instagram berasal dari kata "*instan*" dan "*gram*" yang berasal dari kata instan dan telegram, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirim informasi kepada orang lain secepat mungkin. Pada tanggal 9 April 2012 diumumkan bahwa instagram akan diambil alih oleh *facebook*. Seiring dengan berjalannya waktu, instagram pun semakin berkembang. Saat ini jumlah pengguna instagram sudah melebihi 8 juta pengguna dari seluruh dunia. Hal tersebut juga membuat versi instagram pun terus meningkat (Nurudin, 2012).

Cara kerja instagram cukup sederhana, unduh aplikasi instagram, membuat nama pengguna, kemudian *log in* seperti media sosial lainnya.

Jika ingin membagikan foto, pengguna dapat langsung membuat foto baru atau menggunakan foto yang sudah ada di dalam ponsel, kemudian beri nama dan *share* melalui aplikasi tersebut. Hal menarik dari instagram adalah pengguna dapat memanipulasi foto, sehingga terlihat seperti foto klasik, bahkan foto biasa dapat terlihat menjadi sangat bagus karena fitur manipulasi ini. Instagram dapat menambah *follower* atau *follow* orang lain, setelah pengguna mem-*follow* pengguna lainnya, pengguna dapat melakukan *like* dan memberi komentar pada foto pengguna lain tersebut (Bambang, 2012).

Sama seperti jejaring sosial lainnya, instagram juga menyediakan fitur-fitur seputar *fotografi* yang khusus disediakan untuk penggunanya (Siregar, 2014). Fitur-fitur tersebut diantaranya adalah :

a) Tampilan

Foto yang berbentuk persegi dengan berbagai efek.

b) *Posting*

Instagram sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto kepada pengguna lainnya. Foto yang diunggah dapat melalui kamera ataupun album yang ada di perangkat tersebut.

c) *Following*

Sistem sosial di instagram adalah dengan mengikuti atau pengguna lainnya.

d) *Followers*

Sistem sosial di instagram juga dengan memiliki pengikut.

e) *Like*

Instagram memiliki fitur tanda suka fungsinya sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna yang lain. Berdasarkan jumlah durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di instagram menjadi faktor khusus yang mempengaruhi apakah foto tersebut populer atau tidak.

f) *Comment*

Komunikasi antara sesama pengguna instagram dapat terjalin dengan memberikan komentar pada foto-foto yang diunggah.

g) *Link*

Dalam berbagai foto, pengguna tidak hanya dapat membaginya didalam instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lain seperti *facebook*, *twitter*, *fourquare*, *tumblr*, *flickr*, dan *posterous*.

Berdasarakan berbagai uraian di atas dapat disimpulkan bahwa intensi mengunggah foto di instagram adalah keinginan individu untuk melakukan aktivitas pada media sosial instagram berupa kegiatan mengunggah foto.

C. Hubungan Kepribadian Narsistik dengan Intensi Mengunggah Foto di Instagram pada Mahasiswa Laki-laki

Kata narsistik atau narsis sering disebutkan pada mereka yang seringkali membanggakan dirinya sendiri atau mereka yang sering berfoto ria untuk dipamerkan kepada orang lain, salah satunya dengan diunggah ke dalam media sosial miliknya Chaplin (Kristanto, 2012). Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Leonard (2016) bahwa alasan utama seseorang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk ajang eksis dengan cara mengunggah foto.

Salah satu ciri narsistik menurut DSM-IV (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder*) adalah memiliki kebutuhan eksesif untuk dikagumi, ciri tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristanto (2012) bahwa kebutuhan eksesif untuk dikagumi seseorang dapat dimanifestasikan dengan cara mengunggah foto yang berkaitan dengan dirinya di media sosial, dengan tujuan untuk mencari perhatian dan pengakuan dari orang lain. Menurut Psikolog Efni Indriane, seseorang yang mengunggah foto dirinya tidak selalu merupakan ekspresi untuk menampilkan kecantikannya, tetapi justru lebih kepada membutuhkan pengakuan karena media sosial merupakan salah satu wadah untuk mendapatkan eksistensi, sehingga perilaku mengunggah foto merupakan cara seseorang untuk mendapatkan pengakuan dan adanya sedikit narsistik (Wahyuni, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Mayori (2016) menjelaskan bahwa seseorang yang narsistik, mereka menggunakan foto semata-mata untuk

menggambarkan dirinya di jejaring sosial *online* dan dipilih (secara sadar ataupun tidak) untuk menampilkan sisi yang pantas dipuji pada dunia. Pada pengguna jejaring sosial, seringkali seseorang mengunggah foto yang bertujuan untuk mempromosikan diri dan kecantikan mereka melalui foto tersebut (Buffandi & Cambell, 2008).

Survei yang dilakukan di Indonesia oleh Jakpat mengenai tingkah laku pengguna media sosial instagram yang diikuti oleh 530 responden mengungkap bahwa 53% responden paling sering membagikan foto sehari-hari, sedangkan jumlah responden yang membagikan foto selfie adalah 33% (Wijaya, 2015). Data terbaru dari Cnet, melaporkan bahwa saat ini terdapat 200 miliar foto yang diunggah penggunaannya dengan rincian 40 juta foto yang diunggah ke *server* instagram setiap harinya dan diperkirakan terdapat 8500 jumlah *like* dan 1000 komentar untuk setiap detikanya (Yusuf, 2014).

Aktivitas mengunggah foto di media sosial instagram dapat diprediksi melalui intensi karena intensi merefleksikan kesediaan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Individu yang memiliki intensi untuk mengunggah foto di instagram memiliki kemungkinan untuk menampilkan perilaku mengunggah foto tersebut.

Penelitian yang dilakukan Pelling & White (2009) menunjukkan bahwa faktor pembentukan intensi yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* memiliki kontribusi terhadap keterlibatan dalam tingkat penggunaan media sosial.

Berdasarkan *Pew Research Center's Internet & American life Project Tracking Surveys*, media sosial memiliki pengaruh besar pada

pengguna internet sebesar 93% pada usia menengah dewasa (Sherlyanita & Rakhmawati, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Mehdizadeh (2010), dengan subjek mahasiswa di *York University* sejumlah 100 orang memiliki tingkat narsis yang tinggi pada aktivitas *online*, hal ini sejalan dengan pendapat Mayori (2015), dengan subjek mahasiswa di Universitas X yang berjumlah 100 orang memiliki narsistik terhadap aktivitas mengunggah foto di media sosial instagram, sehingga pada penelitian ini peneliti memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian.

Saat ini penggunaan media sosial tidak hanya cenderung kepada satu kaum saja namun penggunaannya sudah mulai merata antara laki-laki dan perempuan, hal ini dibuktikan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmanita (2014) bahwa tidak terdapat perbedaan kecenderungan narsistik antara laki-laki dan perempuan pengguna jejaring sosial instagram, survei tersebut membuktikan bahwa pengguna aktif jejaring sosial dilakukan juga oleh laki-laki, oleh karena itu, penelitian ini akan melihat bagaimana kepribadian narsistik berkorelasi dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki.

D. Kerangka berfikir

Berikut ini merupakan kerangka berfikir yang melandasi dilakukannya penelitian :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, variabel dependen yang digunakan adalah intensi mengunggah foto di instagram, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah kepribadian narsistik, oleh karena itu dalam penelitian ini akan diteliti apakah kepribadian narsistik ada hubungannya dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki.

E. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang serta tinjauan pustaka yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang menekankan analisisnya menggunakan data angka yang diolah dengan menggunakan metode statistika tertentu (Azwar, 2015). Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini penelitian korelasional. Penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain berdasarkan koefisien dan korelasi (Azwar, 2015).

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Azwar, 2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah kepribadian narsistik.
2. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah intensi mengunggah foto di instagram.

C. Definisi Operasional

1. Kepribadian narsistik

Kepribadian narsistik merupakan rasa cinta terhadap diri sendiri dengan cara yang berlebihan, keinginan untuk diperhatikan dan dikagumi oleh orang lain dengan cara menyombongkan dan menonjolkan kemampuan yang dimilikinya, keinginan untuk populer, serta berorientasi pada kesenangan diri sendiri tanpa peduli dengan orang lain. Pada penelitian ini, narsistik diukur menggunakan skala kepribadian narsistik berdasarkan dimensi teori kepribadian narsistik Ackerman (2011), dimensi tersebut adalah *leadership/authority*, *grandiose/exhibitionism*, dan *entitlement/exploitativeness*.

2. Intensi dalam aktivitas media sosial Instagram

Intensi dalam aktivitas media sosial instagram adalah keinginan individu untuk melakukan suatu kegiatan mengunggah foto pada media sosial instagram. Intensi dalam aktivitas media sosial instagram pada penelitian ini diukur menggunakan skala intensi berdasarkan dimensi teori intensi menurut Ajzen (2005), dimensi tersebut adalah *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*.

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

(Sugiyono, 2011). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa laki-laki pengguna media sosial instagram di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Jumlah sampel menurut Roscoe (Sugiyono, 2011) adalah sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500.

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa laki-laki pengguna media sosial instagram Fakultas Ilmu Komputer, dengan sampel sebesar 100 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang kebetulan ditemui tersebut dianggap cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011).

E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dimulai dengan mempersiapkan segala keperluan agar dapat memfokuskan permasalahan yang akan diteliti. Adapun tahap-tahap yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Hal yang dilakukan pada tahap ini diantaranya:

a. Mempersiapkan Alat Ukur

Tahap ini merupakan tahap dimana peneliti mempersiapkan skala-skala yang akan digunakan dalam penelitian. Peneliti menggunakan dua skala yaitu skala kepribadian narsistik dan skala intensi mengunggah foto. Skala kepribadian narsistik dibuat sendiri oleh peneliti berdasarkan dimensi teori kepribadian narsistik dari Ackerman (2011), sedangkan untuk skala intensi mengunggah foto peneliti menggunakan skala Mayori (2015) berdasarkan dimensi teori intensi dari Ajzen (2005).

b. Menguji Alat Ukur

Alat ukur diujikan terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian yang sebenarnya. Uji coba alat ukur digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu alat ukur penelitian. Uji coba dilakukan terhadap 30 orang yang dipilih peneliti secara acak kemudian data yang diperoleh dianalisa menggunakan *software SPSS statistics 21.0 for windows*.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Peneliti memasuki kelas-kelas yang sudah ditentukan oleh pihak Fakultas.
- b. Peneliti memperkenalkan diri kepada subjek penelitian.
- c. Peneliti menanyakan kepada subjek yang dianggap cocok sebagai sumber data untuk melakukan pengisian skala.
- d. Peneliti memberikan skala kepribadian narsistik dan skala intensi mengunggah foto kepada sampel penelitian.

3. Tahap Analisis Data

Tindak lanjut dari tahapan pelaksanaan adalah sebagai berikut:

a. Pengolahan Data

Pengolahan data dengan mengorganisasikan data sedemikian rupa kemudian data dihitung hingga menghasilkan kesimpulan penelitian dengan menggunakan *software SPSS statistics 21.0 for windows*.

b. Pembahasan

Selanjutnya peneliti melakukan pembahasan dan interpretasi data berdasarkan teori dan kerangka berpikir untuk menyusun kesimpulan berdasarkan hasil penelitian.

F. Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer atau data tangan pertama, yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran langsung kepada subjek yang menjadi sumber informasi yang dicari (Azwar, 2016). Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. Bentuk skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Azwar, 2016). Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala kepribadian narsistik yang disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan teori Ackerman (2011) dan skala intensi mengunggah foto yang disusun oleh Mayori (2015).

G. Instrumen Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel kepribadian narsistik sebagai variabel bebas dan intensi mengunggah foto di instagram sebagai variabel terikat, sehingga digunakan dua skala sebagai instrumen penelitian, yaitu skala kepribadian narsistik dan skala intensi mengunggah foto.

1. Skala kepribadian narsistik

Skala kepribadian narsistik disusun sendiri oleh penulis yang didasari oleh aspek kepribadian narsistik (Ackerman, 2011). Skala disajikan dalam bentuk skala likert dan mempunyai empat pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada aitem *favourable*, skor bergerak dari 4 sampai 1, sedangkan pada aitem *unfavourable* skor tiap aitem bergerak 1 sampai 4. Berikut adalah tabel skala kepribadian narsistik sebelum uji coba :

Tabel 1. Skala Kepribadian Narsistik Sebelum Uji Coba (*Try Out*)

No	Dimensi	Indikator	Aitem <i>Favourable</i>	Aitem <i>Unfavourable</i>
1	<i>Leadership/ Authority</i> (Kepemimpinan /Kekuasaan)	a) Mencerminkan persepsi diri dan dominasi tentang kepemimpinan	1. Saya berani melakukan apa saja (9)	1. Saya berharap saya lebih tegas (7)
		b) Kapasitas untuk menjadi agen sosial	2. Saya seorang yang luar biasa (13)	2. Saya tidak peduli dengan keadaan
		c) Termotivasi untuk memimpin dan mencari kekuasaan dan wewenang atas orang lain	3. Saya akan menjadi orang yang hebat (12)	3. Saya ingin memiliki lingkungan sekitar (10)
			4. Saya ingin memiliki kekuasaan atas orang lain (2)	
			5. Saya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh orang lain (14)	

2	<i>Grandiose/ Exhibitionism</i> (Keagungan /keinginan menonjolkan diri)	<p>a) Mencintai diri sendiri dan mendambakan minat serta perhatian orang lain</p> <p>b) Memamerkan diri secara aktif dan mencari peluang untuk melakukan promosi diri pada orang lain dengan mengatakan hal yang mengejutkan dan mengungkapkan diri secara tidak pantas karena tidak tahan diabaikan</p>	<p>1. Saya tahu bahwa saya baik, karena semua orang terus mengatakan saya baik (1)</p> <p>2. Saya suka dipuji (6)</p> <p>3. Semua orang mencintai saya (24)</p> <p>4. Saya biasanya akan menonjolkan kelebihan diri saya, ketika saya mendapat kesempatan (20)</p> <p>5. Saya suka mengikuti <i>tren</i> terbaru (15)</p> <p>6. Kemampuan akademis/nonakademi saya lebih baik daripada orang lain (18)</p> <p>7. Saya ingin semua orang memandangi kesuksesan saya (19)</p>	<p>1. Saya tidak nyaman menjadi pusat perhatian (5)</p> <p>2. Saya merasa tidak disukai orang (8)</p> <p>3. Saya kurang menyukai orang lain mengetahui kelebihan saya (21)</p> <p>4. Saya tidak peduli adanya <i>tren</i> baru (25)</p>
3	<i>Entitlement/ Exploitativeness</i> (Mengharapkan gelar/pemanfaatan berlebih)	<p>a) Pencarian gelar, perasaan bahwa dirinya layak dihormati</p> <p>b) Keinginan untuk memanipulasi dan mengambil keuntungan dari orang lain</p> <p>c) Mendambakan harapan yang tidak layak atau tidak masuk akal terhadap perlakuan yang diinginkan dengan tidak membiarkan perasaan dan kebutuhan orang lain menghambat tujuan mereka</p>	<p>1. Saya harus mendapatkan rasa hormat yang seharusnya saya miliki (4)</p> <p>2. Saya merasa mudah untuk memanfaatkan orang lain (23)</p> <p>3. Saya berusaha memperoleh apa yang saya inginkan (16)</p> <p>4. Saya bisa membuat orang lain percaya dengan apa yang saya inginkan (11)</p> <p>5. Saya meminta orang lain untuk melakukan pekerjaan saya (17)</p>	<p>1. Saya tidak berharap orang lain menghormati saya (22)</p> <p>2. Saya melakukan pekerjaan sendiri tanpa menyusahkan orang lain (3)</p>

2. Skala Intensi Mengunggah Foto Di Instagram

Skala intensi mengunggah foto di instagram disusun oleh Mayori (2015) yang mengacu pada aspek pembentukan intensi (Ajzen, 2005).

Skala ini terdiri dari 12 aitem *favourable* dan 11 aitem *unfavourable*.

Skala disajikan dalam bentuk skala likert dan mempunyai empat pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada aitem *favourable*, skor bergerak dari 4 sampai 1, sedangkan pada aitem *unfavourable* skor tiap aitem bergerak 1 sampai 4. Berikut adalah tabel skala intensi mengunggah foto di instagram sebelum uji coba :

Tabel 2. Skala Intensi Mengunggah foto di Instagram Sebelum Uji Coba (Try Out)

No	Dimensi	Indikator	Aitem Favourable	Aitem Unfavourable
1	<i>Attitude toward behavior</i>	a) Keyakinan individu mengenai perilaku mengunggah foto di instagram b) Evaluasi individu mengenai hasil dari perilaku mengunggah foto di instagram	1. Menurut saya, mengunggah foto di instagram adalah hal yang menyenangkan (2) 2. Saya suka mengunggah foto di instagram (5) 3. Saya dapat menambah jumlah teman jika saya mengunggah foto di instagram (1) 4. Saya akan lebih terkenal jika mengunggah foto di instagram (13) 5. Saya akan lebih diperhatikan teman-teman saya jika saya mengunggah foto di instagram (14)	1. Saya malas mengunggah foto di instagram (4) 2. Saya lebih suka <i>chatting</i> di media sosial lain daripada mengunggah foto di instagram (11) 3. Saya tidak tertarik untuk mengunggah foto di instagram (12) 4. Minat belajar saya akan menurun jika saya mengunggah foto di instagram (16)

2	<i>Subjective norm</i>	<p>a) Persepsi individu akan tekanan sosial terhadap perilaku mengunggah foto yang diharapkan orang lain</p> <p>b) Motivasi individu untuk memenuhi harapan orang lain dengan mengunggah foto di instagram</p>	<p>1. Saya mengunggah foto di instagram karena teman-teman saya juga melakukannya (10)</p> <p>2. Keluarga saya mendukung saya untuk mengunggah foto di instagram (20)</p> <p>3. Saya akan mengunggah foto di instagram agar teman-teman saya menganggap saya keren (9)</p>	<p>1. Teman-teman saya akan melarang saya jika saya mengunggah foto di instagram (15)</p> <p>2. Teman-teman akan menjauhi saya jika saya mengunggah foto di instagram (22)</p> <p>3. Menurut teman-teman saya, mengunggah foto di instagram merupakan hal yang memalukan, sehingga saya tidak ingin melakukannya (6)</p>
3	<i>Perceived behavioral control</i>	<p>a) Keyakinan individu tentang kehadiran kontrol yang berfungsi sebagai pendukung atau penghambat individu dalam berperilaku</p> <p>b) Seberapa kuat kontrol tersebut mempengaruhi dirinya dalam berperilaku</p>	<p>1. Saya memiliki <i>smartphone</i>, sehingga dapat memudahkan saya untuk mengunggah foto di instagram (8)</p> <p>2. Saya dapat mengunggah foto sewaktu-waktu (3)</p> <p>3. Uang saku saya cukup untuk membeli paket data internet, sehingga saya bisa mengunggah foto (21)</p> <p>4. Saya dapat mengunggah foto karena <i>smartphone</i> saya memiliki koneksi yang cepat (23)</p>	<p>1. Saya tidak memiliki <i>smartphone</i>, sehingga saya tidak bisa mengunggah foto di instagram (19)</p> <p>2. Saya tidak akan mengunggah foto di instagram, meskipun saya memiliki koneksi internet yang baik (7)</p> <p>3. Saya tidak memiliki waktu untuk mengunggah foto di instagram (17)</p> <p>4. Saya tidak punya uang untuk membeli paket data internet (18)</p>

H. Pengujian alat ukur

Uji coba alat ukur digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrumen alat ukur penelitian. Penelitian ini menguji skala kepribadian narsistik yang dibuat sendiri oleh peneliti berdasarkan teori Ackerman (2011) dan skala intensi mengunggah foto di instagram dari Mayori (2015) yang mengacu pada aspek pembentukan intensi (Ajzen, 2005).

1. Analisis Aitem

Sebelum melakukan estimasi terhadap reliabilitas dan validitas suatu alat ukur, maka harus melakukan prosedur analisis aitem terlebih dahulu yaitu dengan cara menguji karakteristik masing-masing aitem yang akan menjadi bagian dari tes (Azwar, 2015). Penelitian ini menggunakan item *total-correlation* untuk menyeleksi aitem-aitem penelitian. Suatu aitem dapat diterima jika bernilai positif dan besarnya $\geq 0,30$ (Azwar, 2015). Berikut adalah hasil analisis aitem pada skala kepribadian narsistik dan skala intensi mengunggah foto di instagram :

Tabel 3. Hasil Analisis Aitem Skala Kepribadaian Narsistik

Dimensi	Indikator	<i>Favourable</i>		Keterangan	<i>Unfavourable</i>		Keterangan
		Aitem	Korelasi aitem total		Aitem	Korelasi aitem total	
Leadership/ Authority (Kepemimpinan/Kekuasaan)	Mencerminkan persepsi diri dan dominasi tentang kepemimpinan	9	0,007	Gugur	12	-0,331	Gugur
	Kapasitas untuk menjadi agen sosial	13	0,487	Lolos	10	-0,106	Gugur
		10	-0,106	Gugur			
	Termotivasi untuk memimpin dan mencari kekuasaan dan wewenang atas orang lain	2	0,243	Gugur			
		14	0,285	Gugur			
Grandiose/ Exhibitionism (Keagungan/keinginan menonjolkan diri)	Mencintai diri sendiri dan mendambakan minat serta perhatian orang lain	1	0,445	Lolos	5	0,476	Lolos
	Memamerkan diri secara aktif dan mencari peluang untuk melakukan promosi diri pada orang lain dengan mengatakan hal yang mengejutkan dan mengungkapkan diri secara tidak pantas karena tidak tahan diabaikan	6	0,555	Lolos	8	0,627	Lolos
		24	0,546	Lolos	21	0,437	Lolos
		20	0,414	Lolos	25	0,023	Gugur
		15	-0,119	Gugur			
		18	0,398	Lolos			
		19	0,282	Gugur			

Entitlement/ Exploitative ness (Mengharapkan gelar/pemanfaatan berlebih)	Pencarian gelar, perasaan bahwa dirinya layak dihormati	4	0,193	Gugur	22	0,572	Lolos
	Keinginan untuk memanipulasi dan mengambil keuntungan dari orang lain	23	0,107	Gugur	3	0,460	Lolos
		16	0,285	Gugur			
		11	0,443	Lolos			
		17	-0,371	Gugur			
	Mendambakan harapan yang tidak layak atau tidak masuk akal terhadap perlakuan yang diinginkan dengan tidak membiarkan perasaan dan kebutuhan orang lain menghambat tujuan mereka						



Tabel 4. Hasil Analisis Aitem Skala Intensi Mengunggah Foto di Instagram

Dimensi	Indikator	<i>Favourable</i>		Ketera- ngan	<i>Unfavourable</i>		Ketera- ngan
		Aitem	Korelasi Aitem Total		Aitem	Korelasi Aitem Total	
<i>Attitude toward behavior</i>	Keyakinan individu mengenai perilaku mengunggah foto di instagram	2	0,504	Lolos	4	0,641	Lolos
		5	0,626	Lolos	11	0,520	Lolos
		1	0,382	Lolos	12	0,578	Lolos
		13	0,346	Lolos	16	0,001	Gugur
	Evaluasi individu mengenai hasil dari perilaku mengunggah foto di instagram	14	0,262	Gugur			
<i>Subjective norm</i>	Persepsi individu akan tekanan sosial terhadap perilaku mengunggah foto yang diharapkan orang lain	10	0,472	Lolos	15	0,395	Lolos
		20	0,373	Lolos	22	0,309	Lolos
		9	0,015	Gugur	6	0,361	Lolos
	Motivasi individu untuk memenuhi harapan orang lain untuk mengunggah foto di instagram						
<i>Perceived behavioral Control</i>	Keyakinan individu tentang kehadiran kontrol yang berfungsi sebagai pendukung atau penghambat individu dalam berperilaku	8	0,090	Gugur	19	-0,102	Gugur
		3	0,206	Gugur	7	0,369	Lolos
		21	0,325	Lolos	17	0,430	Lolos
		23	0,239	Gugur	18	0,075	Gugur
	Seberapa kuat kontrol tersebut mempengaruhi dirinya dalam berperilaku						

Setelah melakukan perhitungan antara aitem yang lolos dan gugur berdasarkan analisis aitem, maka peneliti menyusun kembali *blueprint* setelah uji coba dan melakukan perubahan pada nomor aitem yang selanjutnya akan digunakan untuk penelitian sesungguhnya. Berikut ini adalah *blueprint* dan perubahan nomor aitem pada skala kepribadian narsistik dan skala intensi mengunggagah foto di instagram :

Tabel 5. *Blue print* Skala Kepribadian Narsistik Setelah Uji Coba (*Try Out*)

No	Dimensi	Indikator	Aitem		Total
			<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	<i>Leadership/ Authority</i> (Kepemimpinan /Kekuasaan)	Mencerminkan persepsi diri dan dominasi tentang kepemimpinan Kapasitas untuk menjadi agen sosial Termotivasi untuk memimpin dan mencari kekuasaan dan wewenang atas orang lain	13	-	1
2	<i>Grandiose/ Exhibitionism</i> (Keagungan /keinginan menonjolkan diri)	Mencintai diri sendiri dan mendambakan minat serta perhatian orang lain Memamerkan diri secara aktif dan mencari peluang untuk melakukan promosi diri pada orang lain dengan mengatakan hal yang mengejutkan dan mengungkapkan diri secara tidak pantas karena tidak tahan diabaikan	1,6,24 20,18	5,8,21	8
3	<i>Entitlement/ Exploitativeness</i> (Mengharapkan gelar/pemanfaatan berlebih)	Pencarian gelar, perasaan bahwa dirinya layak dihormati Keinginan untuk memanipulasi dan mengambil keuntungan dari orang lain Mendambakan harapan yang tidak layak atau tidak masuk akal terhadap perlakuan yang diinginkan dengan tidak membiarkan perasaan dan kebutuhan orang lain menghambat tujuan mereka	11	22,3	3
Total			7	5	12

Tabel 6. Perubahan Nomor Aitem Skala Kepribadian Narsistik

Nomor Aitem Sebelum Uji	Nomor Aitem Setelah Uji
Coba (<i>Try Out</i>)	Coba (<i>Try Out</i>)
1	1
2	-
3	2
4	-
5	3
6	4
7	-
8	5
9	-
10	-
11	6
12	-
13	7
14	-
15	-
16	-
17	-
18	8
19	-
20	9
21	10
22	11
23	-
24	12
25	-



Tabel 7. Blue Print Skala Intensi mengunggah foto di Instagram Setelah Uji Coba (Try Out)

No	Dimensi	Indikator	Aitem		Total
			<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	<i>Attitude toward behavior</i>	Keyakinan individu mengenai perilaku mengunggah foto di instagram	2,5,	4,11,12	7
		Evaluasi individu mengenai hasil dari perilaku mengunggah foto di instagram	1,13	-	
2	<i>Subjective norm</i>	Persepsi individu akan tekanan sosial terhadap perilaku mengunggah foto yang diharapkan orang lain	10,20	15,22	5
		Motivasi individu untuk memenuhi harapan orang lain untuk mengunggah foto di instagram	-	6	
3	<i>Perceived behavioral control</i>	Keyakinan individu tentang kehadiran kontrol yang berfungsi sebagai pendukung atau penghambat individu dalam berperilaku	-	-	3
		Seberapa kuat kontrol tersebut mempengaruhi dirinya dalam berperilaku	21	7,17	
Total			7	8	15

Tabel 8. Perubahan Nomor Aitem Skala Intensi Mengunggah Foto di Instagram

Nomor Aitem Sebelum Uji Coba (<i>Try Out</i>)	Nomor Aitem Setelah Uji Coba (<i>Try Out</i>)
1	1
2	2
3	-
4	3
5	4
6	5
7	6
8	-
9	-
10	7
11	8
12	9
13	10
14	-
15	11
16	-
17	12
18	-
19	-
20	13
21	14
22	15
23	-



2. Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur merupakan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2012). Reliabilitas yang baik, berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00 (Azwar, 2012). Pengujian reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan formula *Cronbach's Alpha* dengan nilai $> 0,6$ dengan artian bahwa suatu skala dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.

Penghitungan reliabilitas pada skala kepribadian narsistik dan skala intensi mengunggah foto di instagram pada penelitian ini menggunakan formula *Cronbach's Alpha* melalui *software SPSS statistics 21.0 for windows*. Uji reliabilitas pada skala kepribadian narsistik dari 12 aitem yang lolos menunjukkan reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,830. Skala intensi mengunggah foto di instagram yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skala dari Mayori (2015) yang mengacu pada aspek pembentukan intensi (Ajzen, 2005) setelah dilakukan uji coba oleh peneliti dari 15 aitem yang lolos menunjukkan reliabilitas sebesar 0,816, oleh sebab itu kedua skala tersebut layak untuk disebarkan kepada responden. Berikut ini adalah tabel uji reliabilitas skala :

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Skala

No.	Skala	Jumlah Aitem Valid	Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach
1	Skala Kepribadian narsistik	12	0,830
2	Skala Intensi Mengunggah foto di Instagram	15	0,816

3. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana akurasi atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya (Azwar, 2012). Pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut (Azwar, 2012).

Jenis validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah validitas isi.

Validitas isi adalah validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional dan penilaian *expert judgement* (Azwar, 2012).

Expert judgement dalam penelitian ini adalah dosen pembimbing penelitian.

I. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis hasil penelitian untuk dijadikan dasar penarikan kesimpulan (Azwar, 2012). Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson*.

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap variabel-variabel penelitian. Uji asumsi yang digunakan sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf

signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Dalam penelitian ini, uji linearitas menggunakan *software SPSS statistics 21.0 for windows* dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi lebih dari 0,05.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya. Metode uji hipotesis yang digunakan pada penelitian adalah analisis *Product moment pearson* dengan menganalisis angka korelasi dan angka signifikansi yang dihasilkan dari data variabel yang berbentuk interval atau rasio, dan sumber data dari variabel-variabel tersebut kurang lebih adalah sama (Sugiyono, 2011). Pembuatan keputusan mengacu pada prinsip bahwa hipotesis diterima apabila taraf signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti signifikan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

Jumlah subjek pada penelitian ini 100 orang mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya yang berusia 18 sampai 24 tahun. Deskripsi subjek yang dijelaskan pada penelitian ini meliputi usia subjek dengan tujuan untuk mengetahui gambaran mengenai subjek penelitian. Deskripsi subjek ditinjau dari usia dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Deskripsi Usia Subjek

Usia	Jumlah Subjek	Persentase
18 tahun	7	7%
19 tahun	14	14%
20 tahun	40	40%
21 tahun	21	21%
22 tahun	10	10%
23 tahun	7	7%
24 tahun	1	1%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas subjek yang berusia 20 tahun memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 40% dengan jumlah subjek 40 mahasiswa,

sedangkan yang memiliki persentase terendah yaitu subjek yang berusia 24 tahun sebesar 1% dengan jumlah subjek 1 mahasiswa.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskriptif mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh melalui kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (Azwar, 2013).

Skor yang diperlukan dalam analisis deskriptif adalah skor hipotetik dan skor empirik. Skor hipotetik diperoleh dari perhitungan secara manual dengan menggunakan rumus sedangkan skor empirik diperoleh melalui *software SPSS statistics 21.0 for windows*.

Perhitungan skor hipotetik dan skor empirik bertujuan untuk membandingkan data yang diperoleh secara hipotetik dengan data yang diperoleh dari lapangan. Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan cara menghitung nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari skor hipotetik dan empirik masing-masing variabel. Berikut adalah gambaran dari perbandingan antara skor hipotetik dan skor empirik pada setiap variabel penelitian :

Tabel 11. Perbandingan Skor Hipotetik dan Empirik

Skala	Statistik	Hipotetik	Empirik
Kepribadian Narsistik	Nilai Minimum	12	23
	Nilai Maksimum	48	42
	Mean	30	31,78
	Standar Deviasi	6	3,65
Intensi Mengunggah Foto di Instagram	Nilai Minimum	15	25
	Nilai Maksimum	60	52
	Mean	37,5	39,23
	Standar Deviasi	7,5	5,04

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa skala kepribadian narsistik memiliki nilai minimum skor empirik sebesar 23 dan skor hipotetik sebesar 12, nilai maksimum skor empirik sebesar 42 dan skor hipotetik sebesar 48, *mean* skor empirik sebesar 31,78 dan skor hipotetik sebesar 30, standar deviasi skor empirik sebesar 3,65 dan skor hipotetik sebesar 6.

Skala intensi mengunggah foto di instagram memiliki nilai minimum skor empirik sebesar 25 dan skor hipotetik sebesar 15, nilai maksimum skor empirik sebesar 52 dan skor hipotetik sebesar 60, *mean* skor empirik sebesar 39,23 dan skor hipotetik sebesar 37,5, standar deviasi skor empirik sebesar 5,04 dan skor hipotetik sebesar 7,5.

Setelah melakukan penghitungan skor hipotetik dan empirik peneliti melakukan kategorisasi pada subjek. Menggolongkan kategori subjek dapat dilakukan dengan menyusun sebuah norma berdasarkan jenjang masing-masing subjek (Azwar, 2015). Norma yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada norma Azwar (2015) yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 12. Norma Kategori Subjek

Kategori	Daerah Keputusan
Rendah	$X < (\mu - SD)$
Sedang	$(\mu - SD) \leq X < (\mu + SD)$
Tinggi	$(\mu + SD) \leq X$

Keterangan :

μ : Mean Hipotetik

SD : Standar Deviasi

X : Skor Subjek

Berdasarkan norma kategorisasi, dapat diketahui tentang gambaran kepribadian narsistik dan intensi mengunggah foto di instagram pada subjek sebagai berikut :

Tabel 13. Kategorisasi subjek Berdasarkan Skala Variabel X dan Y

Variabel	Daerah Keputusan	Kategori	Jumlah Subjek	Persentase
Kepribadian Narsistik	$X < 24$	Rendah	1	1%
	$24 \leq X < 36$	Sedang	88	88%
	$X \geq 36$	Tinggi	11	11%
		Total	100	100%
Intensi Mengunggah Foto di Instagram	$X < 30$	Rendah	5	5%
	$30 \leq X < 45$	Sedang	84	84%
	$X \geq 45$	Tinggi	11	11%
		Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada skala kepribadian narsistik subjek yang berada pada kategori rendah sebesar 1 subjek dengan persentase sebesar 1%, subjek yang berada pada kategori sedang sebesar 88 subjek dengan persentase sebesar 88%, dan subjek yang berada pada kategori tinggi sebesar 11 subjek dengan persentase 11%.

Pada data skala intensi mengunggah foto di instagram menunjukkan bahwa subjek yang berada pada kategori rendah sebesar 1 subjek dengan persentase 1%, subjek yang berada pada kategori sedang sebesar 84 subjek dengan persentase 84%, dan subjek yang berada pada kategori tinggi sebesar 11 subjek dengan persentase 11%.

Hasil dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian pada variabel kepribadian narsistik dan intensi mengunggah foto termasuk dalam kategori sedang sebanyak 88 subjek (88%) dan 84 subjek (84%).

3. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut adalah hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 14. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	Signifikansi	Bentuk Distribusi
Kepribadian Narsistik	0,211	Normal
Intensi Mengunggah Foto di Instagram	0,164	Normal

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada variabel kepribadian narsistik memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu 0,211, sedangkan variabel intensi mengunggah foto di instagram memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, yaitu 0,164 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b) Uji Linearitas

Berikut adalah hasil dari uji linearitas pada penelitian :

Tabel 15. Uji Linearitas

	Signifikansi	Keterangan
Intensi Mengunggah Foto di instagram*Kepribadian Narsistik	0,075	Linear

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0,075 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji linearitas pada penelitian ini linear.

c) Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan korelasi *product moment pearson*. Berikut adalah hasil uji hipotesis dari kedua variabel tersebut :

Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis

	Nilai Signifikansi	Nilai Pearson
Kepribadian Narsistik*Intensi Mengunggah Foto di Instagram	0,002	0,305

Hasil uji hipotesis antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram diperoleh angka korelasi sebesar 0,305 dengan signifikansi 0,002. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.



B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya. Variabel dalam penelitian ini adalah kepribadian narsistik sebagai variabel X dan Intensi mengunggah foto di instagram sebagai variabel Y. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 100 mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

Berdasarkan hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya, sehingga dalam penelitian ini hipotesis alternatif dapat diterima. Hasil uji hipotesis antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram diperoleh angka korelasi sebesar 0,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$) hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

Hasil hipotesis ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayori (2015) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kecenderungan narsistik dengan intensi dalam aktivitas media sosial instagram, hal tersebut disebabkan oleh salah satu gejala kecenderungan narsistik yaitu kebutuhan ekstrim untuk dipuja, selain itu gejala

kecenderungan narsistik tersebut sangat berkaitan dengan intensi seseorang untuk mengunggah foto di media sosial. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Mehdizadeh (2010) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara narsisme dengan aktivitas presentasi diri pada pengguna media sosial yaitu *facebook*, penelitian ini juga menunjukkan bahwa narsis memiliki sifat sombong dan ingin menunjukkan tentang siapa diri mereka melalui foto profil yang dipromosikan oleh pengguna *facebook* yang narsis tersebut.

Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian narsistik dan intensi mengunggah foto di instagram yang dimiliki oleh mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya tergolong sedang. Penelitian yang dilakukan oleh Compier (2013) mengungkapkan bahwa terdapat aspek utama yang mempengaruhi aktivitas media sosial yaitu *grandiose/exhibitionism* (GE) dan *entitlement/exploitativeness* (EE). Aspek tersebut berhubungan dengan perilaku menggunakan aktivitas media sosial yaitu *facebook*. Subjek dengan GE yang tinggi lebih sering menggunakan *facebook* untuk mempromosikan diri, sedangkan subjek dengan EE yang tinggi lebih suka menerima orang baru dan suka membalas *feedback* yang negatif terhadap dirinya.

Menurut Ackerman (2011) terdapat tiga karakteristik kepribadian narsistik yang dimiliki oleh seseorang yaitu *leadership/authority* (LA), *grandiose/exhibitionism* (GE), dan *entitlement/exploitativeness* (EE). Pada ketiga komponen tersebut LA dianggap adaptif dalam hal yang terkait dengan penyesuaian psikologis misalnya *self-esteem*, dan tidak berkaitan dengan

narsisme yang lebih bersifat memusuhi secara interpersonal, tetapi sebaliknya GE dan EE bersifat maladaptif dan dianggap negatif secara sosial.

Ackerman (2011) menyatakan bahwa kepribadian narsistik merupakan suatu kepribadian dimana seseorang memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dan menonjolkan kemampuan dirinya sehingga orang lain memberikan pujian dan iri atas apa yang dimiliki oleh orang tersebut. Media sosial sebagian besar digunakan sebagai penghubung kepribadian untuk ditunjukkan kepada orang lain agar orang lain dapat mengetahui siapa diri mereka, apa yang mereka pedulikan dan dengan siapa mereka memiliki pemikiran yang sama (Mayori, 2015) sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmanita (2014) manifestasi kepribadian narsistik dapat dilihat dari foto yang diunggah pada akun instagram pribadi mereka.

Pada penelitian ini kepribadian narsistik dikaitkan dengan intensi mengunggah foto di instagram. Penelitian yang dilakukan oleh Mayori (2015), mengungkapkan bahwa faktor-faktor pendorong intensi yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* Fishbein & Ajzen (Ramdhani, 2011), dapat memprediksi tingkat penggunaan jejaring sosial instagram. Penelitian tersebut sesuai dengan penelitian Pelling & White (2009) yang meneliti peran intensi dalam memprediksi tingkat penggunaan jejaring sosial. Hasil dari penelitian tersebut adalah *Theory Of Planned Behavior* memiliki nilai signifikan terhadap intensi jejaring sosial yang sangat tinggi, sehingga teori perilaku direncanakan dapat digunakan untuk memprediksi apakah seseorang akan melakukan atau tidak melakukan

perilaku tertentu. Fishbein & Ajzen (Ramdhani, 2011), menyatakan bahwa perilaku seseorang tergantung pada keinginan berperilaku yang terdiri dari tiga komponen yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Ajzen (2005), mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh berdasarkan konsekuensi dari perilaku, norma subjektif perasaan atau dugaan seseorang terhadap harapan dari orang-orang yang ada di lingkungannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku tertentu, sedangkan persepsi kontrol perilaku perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan perilaku tertentu.

Pada penelitian ini, sebagian besar subjek memiliki kepribadian narsistik dan intensi mengunggah foto di instagram berada pada kategori sedang. Pada variabel kepribadian narsistik, subjek berada pada kategori sedang sebesar 88 subjek dengan persentase 88%. Menurut Kristanto (2012), narsistik yang berada pada kategori sedang, mereka mampu menghargai diri sendiri dan memahami kelebihan serta kekurangan yang ada dalam diri mereka sedangkan variabel intensi mengunggah foto di instagram menunjukkan hasil terdapat sebagian besar subjek yaitu berada pada kategori sedang sebesar 84 subjek dengan persentase 84%. Seseorang dengan intensi mengunggah foto pada aktivitas media sosial berada pada kategori sedang mengandung arti bahwa jika seseorang mempersepsikan hasil dari menampilkan suatu perilaku tersebut positif, ia akan memiliki sikap positif terhadap perilaku begitupun sebaliknya, jika orang lain yang relevan memandang bahwa menampilkan perilaku tersebut sebagai sesuatu yang

positif dan seseorang tersebut termotivasi untuk memenuhi harapan orang lain yang relevan, maka itulah yang disebut dengan norma subjektif yang positif dan sebaliknya (Mahyarni, 2013).

Perceived behavioral control mengindikasikan bahwa motivasi seseorang dipengaruhi oleh bagaimana seseorang mempersepsi tingkat kesulitan atau kemudahan untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Jika seseorang memiliki *control beliefs* yang kuat mengenai faktor-faktor yang ada, maka seseorang tersebut memiliki persepsi yang tinggi untuk mengendalikan suatu perilaku. Sebaliknya, seseorang tersebut akan memiliki persepsi yang rendah dalam mengendalikan suatu perilaku apabila memiliki *control beliefs* yang kuat mengenai faktor-faktor yang menghambat perilaku (Mahyarni, 2013).

C. Keterbatasan Penelitian

Pada beberapa aspek penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang ada disepanjang prosesnya, sehingga dapat dilakukan beberapa pertimbangan ketika melakukan penelitian yang serupa :

1. Proporsional aitem skala kepribadian narsistik pada penelitian ini belum proporsioanal (jumlah aitem antara dimensi belum seimbang atau rata).
2. Penelitian terdahulu tentang intensi yang dikaitkan dengan media sosial instagram masih sangat terbatas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa laki-laki pengguna media sosial instagram Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil uji hipotesis antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram diperoleh angka korelasi sebesar 0,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$), hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
2. Kepribadian narsistik dan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya berada pada kategori sedang.

B. Saran

1. Saran Teoritis.
 - a) Untuk penelitian selanjutnya, apabila membuat skala sendiri pastikan skala kepribadian narsistik proporsional, karena pada penelitian ini jumlah aitem antar dimensi belum rata atau seimbang.
 - b) Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas penelitian terdahulu tentang intensi, karena penelitian terdahulu tentang intensi

yang dikaitkan dengan media sosial khususnya instagram masih sangat terbatas.

2. Saran Praktis

- a) Penelitian selanjutnya dengan tema yang sama diharapkan meneliti hubungan kepribadian narsistik dengan intensi mengunggah foto di instagram pada mahasiswa laki-laki dan perempuan.
- b) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas jangkauan penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung:CV. Alfabeta.
- _____. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung:CV. Alfabeta.
- Ackerman, R.A., Witt. E.A., Donellan, M.B., Trzesniewski, K.H., Robins, R. W., & Kashy, D.A (2011). What Does The Narcissistic Personality Inventory Really Measure? *Journals Permission*. Volume 18, Number 67-87.
- Aditia, R. (2015). Sejarah Dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram. Diakses dari <http://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangan-aplikasi-sosial-media-Instagram.html> pada 25 Februari 2017.
- Ajzen, I. (2005). *Attitude, personality, and behavior, 2nd Ed*. New York: Open University Press.
- Anggita. (2015). Media Sosial Paling banyak digunakan 2016. Diakses dari http://www.kompasiana.com/anggit28/media-sosial-paling-banyak-digunakan-2016_586f082cd07a61750511493c Pada 10 April 2017.
- Apsari, F. (2012). Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme Dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing Pada Pria Metroseksual. *Jurnal Psikologi*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ardani, T.A. (2011). *Psikologi Abnormal*. Bandung; CV. Lubuk Agung.
- Bambang. (2012). Mengenal Instagram Lebih Dekat. Diakses dari <http://gadgetan.com/mengenal-Instagram-lebih-dekat/18529> pada 22 Februari 2017.
- Berk, L. E. (2010). *Development Through the Lifespan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bhakti, A. K. (2016). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Instagram Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Skripsi*. Prodi Psikologi. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Buffardi, Laura E & W.Keith Campbell. (2008). Narcissism and Social Networking Web Site. *Journal Of personality and social Psychology Virginia Commonwealth University*. Volume 34. Number 10.

- Compiet, K. (2013). Narcissism on Facebook: Appearance and Evaluation of Narcissistic Facebook Behavior. *Journal Of Communication Science University of Amsterdam*.
- Durand, V. M & David H. B. (2006). *Essentials Abnormal Psychology*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hadi. (2013). Pengguna Media Sosial Di Amerika Lebih Banyak Daripada Pria, Wanita Lebih Suka Facebook, Instagram, Pinterest. Diakses dari <https://inovasi.com/2013/09/14/pengguna-media-sosial-di-amerika-lebih-banyak-wanita-daripada-pria-wanita-lebih-suka-facebook-Instagram-pinterest/> pada 25 Februari 2017.
- Halgin, R. P & Susan K. W. (2010). *Psikologi Abnormal*. Jakarta. Salemba Humanika
- Hidayat, F. (2013). 10 Aplikasi Terbanyak Dipakai oleh Pemilik Smartphone. Diakses dari <http://www.beritasatu.com/digital-life/130424-10-aplikasi-terbanyak-dipakai-oleh-pemilik-smartphone.html> pada 22 Februari 2017.
- Husnantiya. M. (2014). Narsis Atau Sosiopat? Aktivitas Di Media Sosial Tunjukkan Kepribadian. Diakses dari <https://health.detik.com/read/2014/03/01/092429/2512195/763/narsis-atau-sosiopat-aktivitas-di-media-sosial-tunjukkan-kepribadian> pada 25 Februari 2017.
- Kristanto, S. (2012). Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna Facebook. *Journal Of Social And Industrial Psychology*. Prodi Psikologi. Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Semarang.
- Leonard, A. (2016). Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri. *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik. Universitas Sebelas Maret.
- Mahyarni. M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal*. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Mayori, C. (2015). Hubungan Kecenderungan Narsistik Dengan Intensi Mengunggah Foto Di Instagram Pada Perempuan. *Skripsi*. Prodi Psikologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Brawijaya

- Mehdizadeh. (2010). Narcissism and Self Esteem on Facebook, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. *Journal*, Volume.13 Number. 4.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru Dan Proses Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Pangastuti, H. (2015). Hubungan Antara Narsisme Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial Facebook. *Naskah Publikasi*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pelling, Emma L & Katherine M. White. (2009). The theory of planned behaviour applied to young people's use of social networking websites. *Journal of Psychology and Counselling*. Queensland University of Technology.
- Rahmanita, U. (2014). Perbedaan Narsistik Pada Perempuan Dan Laki-Laki Pengguna Instagram. *Skripsi*. Prodi Psikologi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Brawijaya.
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis *Theory of Planned Behavior*. *Jurnal*, Volume. 19, No. 2. Fakultas Psikologi. Universitas Gajah Mada.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development* (Perkembangan Masa Hidup). Jakarta: Erlangga.
- Sawqy, S. (2010). Pengaruh Kepribadian Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Desain Grafis Dan Multimedia Universitas Mercu Buana Jakarta. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Setyani, U. (2007). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Intensi Menyontek Pada Siswa SMA Negeri 2 Semarang. *Skripsi*. Prodi Psikologi. Fakultas Kedokteran. Universitas Diponegoro.
- Sherlyanita, A. K & Nur, A. R. (2016). Pengaruh dan Pola Aktivitas Pengguna Internet Serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence* Vol.2, No. 1. Fakultas Teknologi Informasi. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Siregar, F. A. (2014). Instagram Dan Presentasi Diri Mahasiswa (Studi Korelasional Penggunaan Instagram Terhadap Presentasi Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara). *Skripsi*. Departemen Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara.

- Sparkes, M. (2014). Instagram Overtakes Twitter to reach 300m users. Diakses dari <http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/11285727/Instagram-overtakes-Twitter-to-reach-300m-users.html> pada 22 Februari 2017.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung:CV. Alfabeta.
- Wahyuni. T. (2015). Kata Psikolog Soal Orang Yang Sering Unggah Foto Selfie. Diakses dari <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150417111749-255-47364/kata-psikolog-soal-orang-yang-sering-unggah-foto-selfie/> pada 25 Februari 2017.
- Wijaya, K. K. (2015). 3 Fakta Menarik Mengenai Tingkah Laku Pengguna Instagram Di Indonesia. Diakses dari <https://id.techinasia.com/hasil-survei-jakpat-tingkah-laku-pengguna-Instagram> pada 25 Februari 2017.
- Yusuf, O. (2014). Pengguna Instagram Lewati Angka 200 juta. Diakses dari http://tekno.kompas.com/read/2014/03/27/0919008/pengguna.instagram.lewati.angka.200juta?utm_source=WP&utm_medium=box&utm_campaign=Ktkwp pada 1 April 2017.
- Yusuf, O. (2016). Pengguna Instagram Tembus 600 Juta. Diakses <http://tekno.kompas.com/read/2016/12/16/09060027/pengguna.instagram.tembus.600.juta> pada 10 April 2017.

Lampiran 1. Output SPSS Reliabilitas dan Daya diskriminasi item

Reliabilitas Skala Kepribadian Narsistik Sebelum Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.722	25

Daya Diskriminasi item Skala Kepribadian Narsistik Sebelum Gugur

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	61.10	33.334	.445	.699
Item_2	61.57	34.737	.243	.715
Item_3	61.63	34.102	.460	.701
Item_4	61.27	35.651	.193	.718
Item_5	61.73	33.720	.476	.699
Item_6	61.30	32.355	.555	.689
Item_7	60.90	35.059	.220	.717
Item_8	61.03	32.102	.627	.685
Item_9	60.83	37.178	.007	.728
Item_10	60.53	37.913	-.106	.741
Item_11	60.77	33.771	.443	.701
Item_12	62.13	39.292	-.331	.744
Item_13	61.03	33.482	.487	.697
Item_14	60.70	35.183	.285	.712
Item_15	61.20	38.028	-.119	.740
Item_16	60.60	35.145	.285	.712
Item_17	61.63	40.240	-.371	.757
Item_18	61.30	33.597	.398	.703
Item_19	61.57	35.082	.282	.712
Item_20	61.03	32.171	.414	.699
Item_21	61.43	34.392	.437	.703
Item_22	61.30	32.217	.572	.688
Item_23	61.93	36.685	.107	.722
Item_24	60.90	32.093	.546	.689
Item_25	60.97	36.378	.023	.738

Reliabilitas Skala Kepribadian Narsistik Sesudah Gugur

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	12

Daya Diskriminasi item Skala Kepribadian Narsistik Sesudah Gugur

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	27.97	20.930	.505	.816
Item_2	28.50	22.052	.437	.822
Item_3	28.60	21.697	.462	.820
Item_4	28.17	20.833	.503	.816
Item_5	27.90	20.093	.670	.803
Item_6	27.63	21.551	.462	.820
Item_7	27.90	21.059	.554	.813
Item_8	28.17	21.040	.470	.819
Item_9	27.90	20.714	.363	.834
Item_10	28.30	22.079	.456	.821
Item_11	28.17	21.385	.415	.824
Item_12	27.77	19.702	.641	.804

Reliabilitas Skala Intensi Mengunggah Foto di Instagram Sebelum Gugur

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	23

Daya Diskriminasi item Skala Intensi mengunggah Foto di Instagram Sebelum Gugur

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	61.03	23.137	.382	.743
Item_2	60.97	24.516	.504	.745
Item_3	60.80	24.166	.206	.756
Item_4	61.20	23.062	.641	.731
Item_5	61.23	22.530	.626	.728
Item_6	61.17	24.282	.361	.746
Item_7	61.07	24.271	.369	.746
Item_8	60.83	25.178	.090	.761
Item_9	62.10	25.403	.015	.769
Item_10	61.50	22.672	.472	.736
Item_11	61.43	22.737	.520	.733
Item_12	61.20	22.855	.578	.732
Item_13	61.67	22.851	.346	.746
Item_14	61.90	23.472	.262	.753
Item_15	60.90	23.955	.395	.744
Item_16	61.03	25.620	.001	.767
Item_17	61.33	23.609	.430	.741
Item_18	60.87	25.430	.075	.760
Item_19	60.67	26.161	-.102	.776
Item_20	61.63	23.344	.373	.743
Item_21	61.23	24.254	.325	.748
Item_22	60.40	24.110	.309	.748
Item_23	61.10	23.334	.239	.757

Reliabilitas Skala Intensi Mengunggah Foto di Instagram Sesudah Gugur

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	15

Daya Diskriminasi item Skala Intensi mengunggah Foto di Instagram sesudah Gugur

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	38.60	15.145	.308	.817
Item_2	38.53	16.051	.459	.809
Item_3	38.77	14.461	.745	.788
Item_4	38.80	14.234	.656	.790
Item_5	38.73	15.789	.350	.811
Item_6	38.63	15.757	.365	.810
Item_7	39.07	14.478	.462	.804
Item_8	39.00	14.414	.540	.797
Item_9	38.77	14.392	.638	.792
Item_10	39.23	14.530	.349	.817
Item_11	38.47	15.292	.452	.805
Item_12	38.90	15.128	.450	.805
Item_13	39.20	15.269	.306	.816
Item_14	38.80	15.683	.337	.812
Item_15	37.97	15.551	.322	.813

Lampiran 2. Skala kepribadian narsistik dan skala intensi mengunggah foto sebelum *Try Out*

Skala kepribadian narsistik sebelum *Try Out*

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya tahu bahwa saya baik karena semua orang terus mengatakan saya baik				
2	Saya ingin memiliki kekuasaan atas orang lain				
3	Saya melakukan pekerjaan sendiri tanpa menyusahkan orang lain				
4	Saya harus mendapatkan rasa hormat yang seharusnya saya miliki				
5	Saya tidak nyaman menjadi pusat perhatian				
6	Saya suka dipuji				
7	Saya berharap saya lebih tegas				
8	Saya merasa tidak disukai orang				
9	Saya berani melakukan apa saja				
10	Saya tidak peduli dengan keadaan lingkungan sekitar				
11	Saya bisa membuat orang lain percaya dengan apa yang saya inginkan				
12	Saya akan menjadi orang yang hebat				
13	Saya seorang yang luar biasa				
14	Saya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh orang lain				
15	Saya suka mengikuti <i>tren</i> terbaru				
16	Saya berusaha memperoleh apa yang saya inginkan				
17	Saya meminta orang lain untuk melakukan pekerjaan lain				
18	Kemampuan akademis/nonakademis saya lebih baik daripada orang lain				
19	Saya ingin semua orang memandangi kesuksesan saya				
20	Saya biasanya akan menonjolkan kelebihan diri saya, ketika saya mendapat kesempatan				
21	Saya kurang menyukai orang lain mengetahui kelebihan saya				
22	Saya tidak berharap orang lain menghormati saya				
23	Saya merasa mudah untuk memanfaatkan orang lain				
24	Semua orang mencintai saya				
25	Saya tidak peduli adanya <i>tren</i> baru				

Skala intensi mengunggah foto sebelum *Try Out*

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya dapat menambah jumlah teman jika saya mengunggah foto di Instagram				
2	Menurut saya, mengunggah foto di Instagram adalah hal yang menyenangkan				
3	Saya dapat mengunggah foto sewaktu-waktu				
4	Saya malas mengunggah foto di Instagram				
5	Saya suka mengunggah foto di Instagram				
6	Menurut teman-teman saya, mengunggah foto di Instagram merupakan hal yang memalukan, sehingga saya tidak ingin melakukannya				
7	Saya tidak akan mengunggah foto di Instagram, meskipun saya memiliki koneksi internet yang baik				
8	Saya memiliki <i>smartphone</i> , sehingga dapat memudahkan saya untuk mengunggah foto di Instagram				
9	Saya akan mengunggah foto di Instagram agar teman-teman saya menganggap saya keren				
10	Saya mengunggah foto di Instagram karena teman-teman saya juga melakukannya				
11	Saya lebih suka <i>chatting</i> di media sosial lain daripada mengunggah foto di Instagram				
12	Saya tidak tertarik untuk mengunggah foto di Instagram				
13	Saya akan lebih terkenal jika mengunggah foto di Instagram				
14	Saya akan lebih diperhatikan teman-teman saya jika saya mengunggah foto di Instagram				
15	Teman-teman saya akan melarang saya jika saya mengunggah foto di Instagram				
16	Minat belajar saya akan menurun jika saya mengunggah foto di Instagram				
17	Saya tidak memiliki waktu untuk mengunggah foto di Instagram				
18	Saya tidak punya uang untuk membeli paket data internet				
19	Saya tidak memiliki <i>smartphone</i> , sehingga saya tidak bisa mengunggah foto di Instagram				
20	Keluarga saya mendukung saya untuk mengunggah foto di Instagram				
21	Uang saku saya cukup untuk membeli paket data internet, sehingga saya bisa mengunggah foto				
22	Teman-teman akan menjauhi saya jika saya mengunggah foto di Instagram				
23	Saya dapat mengunggah foto Karena <i>smartphone</i> saya memiliki koneksi yang cepat				

Lampiran 3. *Blueprint* Skala Penelitian

Blueprint Skala Kepribadian Narsistik

No	Dimensi	Indikator	Aitem		Total
			Favourable	Unfavourable	
1	<i>Leadership/ Authority</i> (Kepemimpinan /Kekuasaan)	Mencerminkan persepsi diri dan dominasi tentang kepemimpinan Kapasitas untuk menjadi agen sosial Termotivasi untuk memimpin dan mencari kekuasaan dan wewenang atas orang lain	13	-	13
2	<i>Grandiose/ Exhibitionism</i> (Keagungan /keinginan menonjolkan diri)	Mencintai diri sendiri dan mendambakan minat serta perhatian orang lain Memamerkan diri secara aktif dan mencari peluang untuk melakukan promosi diri pada orang lain dengan mengatakan hal yang mengejutkan dan mengungkapkan diri secara tidak pantas karena tidak tahan diabaikan	1,6,24 20,18	5,8,21	8
3	<i>Entitlement/ Exploitativeness</i> (Mengharapkan gelar/pemanfaatan berlebih)	Pencarian gelar, perasaan bahwa dirinya layak dihormati Keinginan untuk memanipulasi dan mengambil keuntungan dari orang lain Mendambakan harapan yang tidak layak atau tidak masuk akal terhadap perlakuan yang diinginkan dengan tidak membiarkan perasaan dan kebutuhan orang lain menghambat tujuan mereka	11 -	22,3	13
Total			7	5	12

Blueprint Skala Intensi Mengunggah Foto

No	Dimensi	Indikator	Aitem		Total
			Favourable	Unfavourable	
1	<i>Attitude toward behavior</i>	Keyakinan individu mengenai perilaku mengunggah foto di instagram	2,5,	4,11,12	7
		Evaluasi individu mengenai hasil dari perilaku mengunggah foto di instagram	1,13	-	
2	<i>Subjective norm</i>	Persepsi individu akan tekanan sosial terhadap perilaku mengunggah foto yang diharapkan orang lain	10,20	15,22	5
		Motivasi individu untuk memenuhi harapan orang lain untuk mengunggah foto di instagram	-	6	
3	<i>Perceived behavioral control</i>	Keyakinan individu tentang kehadiran kontrol yang berfungsi sebagai pendukung atau penghambat individu dalam berperilaku	-	-	3
		Seberapa kuat kontrol tersebut mempengaruhi dirinya dalam berperilaku	21	7,17	
Total			7	8	15

Lampiran 4. Skala Penelitian

**SKALA
PSIKOLOGI**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2017



Identitas Responden

Nama (Inisial) :
Usia :
Nama akun Instagram :
(contoh @xxx123)
**kerahasiaan terjamin*



Salam Hormat,

Saya yayah mahasiswa program studi psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya yang sedang melakukan penelitian skripsi. Saya mohon kesediaan anda untuk mengisi beberapa pertanyaan sesuai dengan keadaan anda saat ini. Tidak terdapat jawaban benar atau salah dalam pernyataan dibawah ini. Jawaban benar apabila anda mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Saya menjamin kerahasiaan data dalam skala ini. Partisipasi anda dalam mengisi skala ini sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya mengucapkan terima kasih.

Peneliti,



PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Dibawah ini terdapat 2 skala, masing-masing bagian terdapat pernyataan mengenai kehidupan anda sehari-hari. Masing-masing pernyataan terdiri atas empat pilihan jawaban,

yaitu :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Bacalah dengan seksama masing-masing dari pernyataan yang ada, kemudian jawablah pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang anda alami. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu dari jawaban yang sekiranya paling sesuai dengan diri anda. Pastikan anda telah menjawab setiap pernyataan sesuai dengan diri anda masing-masing. Tidak ada jawaban benar atau salah dan jawablah sejujur mungkin.

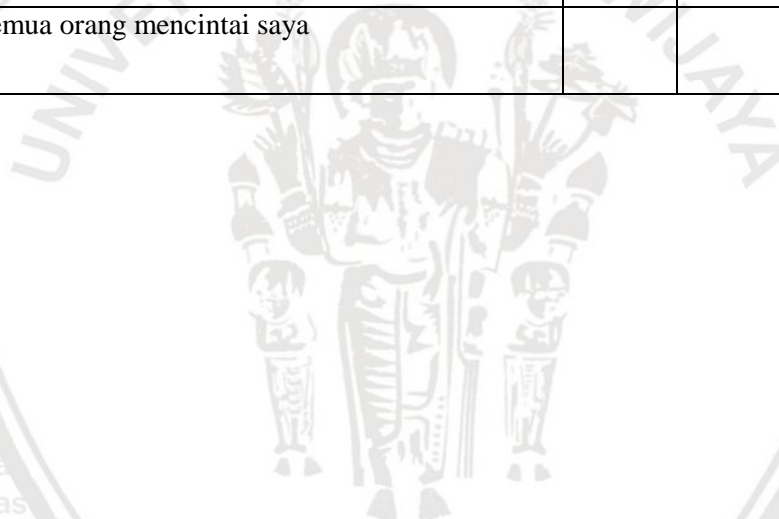
Contoh pengerjaan

Pernyataan	SS	S	TS	STS
Saya memiliki banyak teman		✓		

BAGIAN I



No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya tahu bahwa saya baik karena semua orang terus mengatakan saya baik				
2	Saya ingin memiliki kekuasaan atas orang lain				
3	Saya tidak nyaman menjadi pusat perhatian				
4	Saya suka dipuji				
5	Saya merasa tidak disukai orang				
6	Saya bisa membuat orang lain percaya dengan apa yang saya inginkan				
7	Saya seseorang yang luar biasa				
8	Kemampuan akademis/nonakademis saya lebih baik daripada orang lain				
9	Saya biasanya akan menonjolkan kelebihan diri saya, ketika saya mendapat kesempatan				
10	Saya kurang menyukai orang lain mengetahui kelebihan saya				
11	Saya tidak berharap orang lain menghormati saya				
12	Semua orang mencintai saya				





BAGIAN II



No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya dapat menambah jumlah teman jika saya mengunggah foto di Instagram				
2	Menurut saya, mengunggah foto di Instagram adalah hal yang menyenangkan				
3	Saya malas mengunggah foto di Instagram				
4	Saya suka mengunggah foto di Instagram				
5	Menurut teman-teman saya, mengunggah foto di Instagram merupakan hal yang memalukan, sehingga saya tidak ingin melakukannya				
6	Saya tidak akan mengunggah foto di Instagram, meskipun saya memiliki koneksi internet yang baik				
7	Saya mengunggah foto di Instagram karena teman-teman saya juga melakukannya				
8	Saya lebih suka <i>chatting</i> di media sosial lain daripada mengunggah foto di Instagram				
9	Saya tidak tertarik untuk mengunggah foto di Instagram				
10	Saya akan lebih terkenal jika mengunggah foto di Instagram				
11	Teman-teman saya akan melarang saya jika saya mengunggah foto di Instagram				
12	Saya tidak memiliki waktu untuk mengunggah foto di Instagram				
13	Keluarga saya mendukung saya untuk mengunggah foto di Instagram				
14	Uang saku saya cukup untuk membeli paket data internet, sehingga saya bisa mengunggah foto				
15	Teman-teman akan menjauhi saya jika saya mengunggah foto di Instagram				

Lampiran 5. Output SPSS: Hasil Analisis Deskriptif

Output Analisis Deskriptif Skala Kepribadian Narsistik dan Skala Intensi Mengunggah Foto di Instagram

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepribadian Narsistik	100	23	42	31.78	3.659
Intensi_Mengunggah Foto di Instagram	100	25	52	39.23	5.049
Valid N (listwise)	100				



Lampiran 6. *Output* Hasil Uji Asumsi: Uji Normalitas dan Uji Linearitas

Output Hasil Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepribadian Narsistik	Intensi Mengunggah Foto di Instagram
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	31.78	39.23
	Std. Deviation	3.659	5.049
	Absolute	.106	.112
Most Extreme Differences	Positive	.106	.103
	Negative	-.076	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.060	1.118
Asymp. Sig. (2-tailed)		.211	.164

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Output Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intensi Mengunggah Foto di Instagram *	(Combined)	791.096	17	46.535	2.202	.010
	Linearity	235.014	1	235.014	11.123	.001
	Deviation from Linearity	556.082	16	34.755	1.645	.075
Kepribadian Narsistik	Within Groups	1732.614	82	21.129		
	Total	2523.710	99			

Lampiran 7. Output Spss Uji Hipotesis

Output Hasil Uji Hipotesis (Korelasi Product Moment Person)

Correlations

		Kepribadian Narsistik	Intensi Mengunggah Foto di Instagram
Kepribadian Narsistik	Pearson Correlation	1	.305**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	100	100
Intensi Mengunggah Foto di Instagram	Pearson Correlation	.305**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

