

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan oleh peneliti setelah melakukan uji hipotesis. Uji asumsi terdiri dari dua jenis yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji asumsi ini dilakukan guna mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung, dan untuk mengetahui sebaran item normal dan item tidak normal.

1. Uji Normalitas

1) Kepribadian Narsisistik Mahasiswa Pengguna Media Sosial

Uji normalitas kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna media sosial menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil K-S Z sebesar 0,078 dengan $(p>0,05)$ yang berarti bahwa distribusi penyebaran data normal. Hasil uji normalitas kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna media sosial dapat dilihat pada lampiran E-1.

2) Harga Diri

Uji normalitas harga diri menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil K-S Z sebesar 0,122 $(p<0,05)$ yang berarti bahwa distribusi penyebaran data tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada lampiran E-1.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas antara kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna media sosial dan harga diri tidak linieritas. Hal ini ditunjukkan dengan $F_{\text{linier}} = 0,586$ dengan nilai ($p > 0,05$) yang berarti hubungan antara harga diri dan kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna media sosial tidak linier. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada lampiran E-2

5.1.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan menggunakan teknik korelasi dari Spearman's rho dikarenakan distribusi penyebaran harga diri tidak normal dan hubungan harga diri dengan kepribadian narsisistik yang tidak linier. Hasil korelasi yang diperoleh $\rho = 0,020$ ($p > 0,05$), yang menunjukkan tidak ada hubungan antara harga diri dengan kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna media sosial. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh maka hipotesis peneliti yang diajukan ditolak. Hasil uji hipotesis dapat dilihat di lampiran F.

5.2 Pembahasan

Hasil uji hipotesis yang diperoleh menunjukkan $\rho = 0,020$ ($p > 0,05$), yaitu tidak ada hubungan antara harga diri dengan kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna media sosial. Melalui hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa harga diri tidak mempengaruhi kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna media sosial. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh maka hipotesis yang diajukan peneliti ditolak.

Kepribadian narsisistik tidak hanya dipengaruhi oleh harga diri, tetapi juga *need exhibition*. Menurut teori kepribadian (Alwisol, 2014), setiap individu memiliki 20 kebutuhan yang penting bagi dirinya. Kebutuhan (*needs*) ini biasanya

dipengaruhi oleh faktor lingkungan maupun proses internal yang dilakukan untuk mengubah kondisi yang ada dan tidak memuaskan. Kebutuhan ini menjadi penentu individu dalam bertingkah laku. Salah satu dari kebutuhan tersebut yang mempengaruhi kepribadian narsisistik adalah *need exhibition*. *Need exhibition* dilakukan individu untuk menjadi pusat perhatian, menunjukkan keberhasilan dan prestasi, membuat orang kagum akan dirinya, dan membuat orang terpesona. Apabila *need exhibition* yang dimiliki individu berlebih, maka akan menimbulkan kepribadian narsisistik.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Santi (2016) mengenai hubungan antara harga diri dengan kepribadian narsisistik. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Santi (2016) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan kepribadian narsisistik pada mahasiswa pengguna *facebook* angkatan 2012 prodi PGSD Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun akademik 2012 – 2013. Semakin tinggi harga diri yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin rendah kepribadian narsisistiknya, dan sebaliknya. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Dewi & Ibrahim, (2019) yang menyatakan bahwa ada hubungan negatif antara harga diri dengan kepribadian narsisistik, sehingga semakin tinggi harga dirinya maka akan semakin rendah kepribadian narsisistik, dan sebaliknya.

Hal tersebut ditunjukkan karena aspek dari harga diri dengan aspek kepribadian narsisistik saling berhubungan. Aspek harga diri yaitu kekuatan (*power*), keberartian (*significance*), kebajikan (*virtue*), dan kemampuan (*competence*) berhubungan dengan *exhibitionism, shows arrogant, haughty behavior or attitudes*, dan *grandiose view of one's importance, arrogance*. Menurut Knapp (dalam Widodo & Pratitis, 2013) individu yang keberartian dirinya

tinggi akan menerima penghargaan positif dari orang-orang disekitarnya dan merasa puas atas kemampuan yang dimilikinya. Keberartian pada individu merupakan dampak dari afeksi dan cinta yang diberikan orang lain untuk individu tersebut. Keberartian merujuk pada aspek *exhibitionism*.

Kebajikan yang dimiliki individu akan menimbulkan sikap positif dan penilaian yang positif terhadap individu. Individu yang dapat menjadi panutan bagi lingkungan sekitar akan mendapatkan penerimaan dari lingkungan tersebut. Penerimaan dari lingkungan inilah yang akan mendorong terbentuknya harga diri yang tinggi pula (Eko, Gumelar, & Wibisono, 2014). Kebajikan ini merujuk pada aspek *shows arrogant, haughty behavior or attitudes*.

Individu yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dalam mencapai prestasi dapat mempengaruhi harga diri individu tersebut. Kemampuan ini merujuk pada aspek *grandiose view of one's importance, arrogance*.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa harga diri mempunyai pengaruh yang sangat kecil terhadap kepribadian narsisistik. Menurut Sedikides (dalam Maulidania, 2017) faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepribadian narsisistik selain harga diri yaitu kesejahteraan subjektif, depresi, dan kesepian. Hardika, Noviekayati, & Saragih, (2019) mengungkapkan seseorang yang merasa bahwa dirinya kesepian biasanya memiliki permasalahan dengan orang lain, sehingga dirinya merasa tidak diperhatikan. Dengan adanya permasalahan tersebut maka individu akan mencari perhatian dari orang lain melalui media sosial, dan akan membuat dirinya menjadi nyaman ketika mendapat pujian. Ketika individu lebih sering untuk mengakses media sosial, maka tingkat narsisistiknya akan semakin tinggi pula.

Selain harga diri, kepribadian narsisistik juga dipengaruhi oleh kontrol diri sebanyak 49,8%. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan lebih mampu mengontrol dirinya dalam penggunaan media sosial. Individu mempunyai tanggungjawab sosial, menyaring dan membagikan informasi yang sewajarnya, sehingga tidak menimbulkan kecenderungan narsisistik (Handayani, 2014). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Cecillia, 2017) harga diri mempunyai pengaruh terhadap kepribadian narsisistik sebesar 10%, sedangkan 90% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti konsep diri, kesepian, dan cemburu.

Berdasarkan $mean = 85,886$ dan $SD = 9,565$ pada variabel harga diri menunjukkan 10 subjek dengan harga diri yang rendah, 76 subjek dengan harga diri sedang, dan 2 subjek dengan harga diri tinggi. Pada variabel kepribadian narsisistik mahasiswa pengguna media sosial dengan $mean = 52,636$ dan $SD = 9,307$ menunjukkan 2 subjek memiliki kepribadian narsisistik rendah, 74 subjek memiliki kepribadian narsisistik sedang, dan 12 subjek memiliki kepribadian narsisistik tinggi.

Melalui penelitian ini, peneliti menemukan adanya kelemahan dalam penelitian yaitu banyaknya item yang gugur pada variabel kepribadian narsisistik. Hal ini terjadi karena terjadi kontaminasi pada item-item yang valid, dimana item yang gugur mempengaruhi item yang valid. Ada pula kelemahan yang lain yaitu data harga diri yang tidak normal dan hubungan antara harga diri dengan kepribadian narsisistik tidak linier. Hal ini dikarenakan subjek kurang representatif, sehingga hasil tidak dapat digeneralisasikan. Beberapa kelemahan lain yang ada yaitu identifikasi subjek terlalu luas, sehingga tidak dapat membedakan antara mahasiswa yang narsis dengan mahasiswa yang tidak narsis. Penggunaan *google form* juga merupakan salah satu kelemahan dari

penelitian ini karena melalui *google form* peneliti tidak dapat mengontrol subjek sesuai dengan kriteria yang telah dibuat. Kelemahan penelitian ini juga terletak pada karakteristik pengguna media sosial, sehingga tidak dapat membedakan antara pengguna media sosial yang intens dengan pengguna media sosial yang tidak intens.

