

BAB 5

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Hasil Uji Asumsi

Pada penelitian ini, analisis data menggunakan analisis korelasi *product moment Pearson* dimana harus memenuhi asumsi normalitas dan linieritas.

5.1.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*, dimana tujuannya untuk mengetahui apakah sebaran data penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal. Data yang memiliki sebaran normal berarti sampel benar-benar mewakili populasi, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Suatu model dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila memiliki nilai $p > 0,05$. Uji normalitas pada kedua variabel penelitian ini memberikan hasil sebagai berikut:

1. Variabel perilaku narsistik di media sosial pada remaja

Pada variabel perilaku narsistik di media sosial pada remaja diperoleh hasil Z K-S = 0,062 ($p > 0,05$), artinya variabel tersebut memiliki sebaran data normal. Variabel perilaku narsistik di media sosial pada remaja memenuhi asumsi normalitas.

2. Variabel harga diri

Pada variabel harga diri diperoleh hasil Z K-S = 0,098 ($p > 0,05$), artinya variabel tersebut memiliki sebaran data normal. Variabel harga diri memenuhi asumsi normalitas.

5.1.1.2 Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan menggunakan uji F, dimana tujuannya untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel tergantung. Suatu model dinyatakan memiliki hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel tergantung, apabila nilai $p < 0,05$. Hasil uji linieritas pada model ini adalah diperoleh nilai $F = 28,856$ ($p < 0,01$), yang berarti ada hubungan linier yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku narsistik di media sosial pada remaja, sehingga asumsi linieritas terpenuhi.

5.1.2 Hasil Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment Pearson* untuk mengetahui hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Hasil uji ini diperoleh nilai $r_{xy} = -0,550$ ($p < 0,01$), yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku narsistik di media sosial pada remaja. Semakin rendah harga diri maka semakin tinggi perilaku narsistik di media sosial pada remaja, begitu pula sebaliknya.

Besarnya sumbangan efektif dari variabel harga diri terhadap perilaku narsistik di media sosial pada remaja sebesar 30,25%. Hal ini berarti variabel harga diri memberikan pengaruh terhadap perilaku narsistik di media sosial pada remaja sebesar 30,25% sehingga masih terdapat variabel lain di luar faktor harga diri yang memengaruhi perilaku narsistik di media sosial pada remaja sebesar 69,75%.

5.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data diketahui hipotesis penelitian diterima, yaitu ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan

perilaku narsistik di media sosial pada remaja ($r_{xy} = -0,550$ dan $p < 0,01$). Semakin rendah harga diri maka semakin tinggi pula perilaku narsistik di media sosial pada remaja, dan demikian pula sebaliknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Widiyanti, dkk (2017) dan Sakinah, dkk (2019) bahwa harga diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku narsistik.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Dewi dan Ibrahim (2019) bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku narsistik di media sosial pada remaja. Individu yang memiliki harga diri rendah membutuhkan apresiasi sebagai manifestasi keberhargaan diri dan hal tersebut dilakukan dengan melakukan perilaku narsistik di media sosial.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan Laeli dkk (2018) bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada remaja. Semakin tinggi harga diri maka semakin rendah kecenderungan narsistik, dan sebaliknya. Individu yang harga dirinya terancam cenderung melakukan "pembelaan diri" dengan melakukan perilaku narsistik di media sosial dalam rangka menyingkirkan perasaan tidak adekuat dan harga diri yang rendah (Sabekti, dkk., 2019).

Seorang remaja yang memiliki harga diri rendah relatif tidak sehat, cemas, tertekan dan pesimis mengenai masa depannya, dan cenderung gagal (Dayakisni & Hudaniah, 2009), sehingga mendorongnya untuk menggunakan media sosial sebagai sarana meningkatkan interaksi sosial dengan pengguna lainnya dalam rangka meningkatkan harga dirinya, yang pada akhirnya meningkatkan perilaku narsisme. Ketika seorang remaja meng-upload suatu status dan mendapatkan *likes* atau *loves* dan banyak komentar positif, maka hal tersebut akan menimbulkan rasa berharga, yang pada akhirnya mendorongnya untuk lebih sering melakukan

upload status dalam rangka mendapatkan pengakuan. Hal inilah yang kemudian meningkatkan perilaku narsistik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Wibowo dan Silaen (2018) bahwa individu-individu yang memiliki harga diri negatif yang tinggi maka semakin tinggi perilaku narsistiknya. Individu yang memiliki perilaku narsistik tinggi akan merasa lebih hebat dibandingkan individu yang lain dan cenderung menggunakan persona (topeng) untuk menutupi harga dirinya yang rendah.

Individu berharga diri tinggi berarti memiliki kekuatan (*power*) atau kemampuan untuk mempengaruhi orang lain. Individu yang mendapatkan penghormatan dan pengakuan yang tinggi dari orang-orang sekitarnya akan cenderung lebih rendah melakukan perilaku narsistik. Ketika individu meng-*upload* foto *selfie* atau status benar-benar cenderung didasarkan keinginan berbagi dan bukan untuk niat untuk menunjukkan *grandiose* dan *self-important*, ingin dianggap spesial dan khusus, dikagumi (mendapatkan *likes*), rasa iri, dan serta kearoganan dan keangkuhan.

Individu berharga diri tinggi berarti merasa berarti (*significance*) atau merasa diterima oleh orang lain atau orang-orang disekitarnya. Individu yang merasa berarti atau diterima baik oleh orang lain cenderung rendah melakukan perilaku narsistik. Individu merasa tidak perlu melakukan *upload* status atau terlalu membutuhkan *like* dan *dislike* dari orang lain, sehingga perilaku narsistik rendah. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Hardika, dkk (2019) bahwa individu yang memiliki harga diri rendah lebih sering meng-*upload* foto di media sosial dalam rangka mendapatkan umpan balik yang positif dari pertemanan yang ada di media sosialnya, seperti mendapatkan pengakuan atas prestasi, memenuhi fantasi akan tampilan diri yang diharapkan oleh sosial, dan dikagumi, dimana hal tersebut merupakan indikasi dari perilaku narsistik yang tinggi.

Individu berharga diri tinggi berarti memiliki kebajikan (*virtue*) atau taat terhadap etika dan norma moral yang ada pada masyarakat, seperti menjauhi tingkah laku yang dilarang dalam masyarakat dan individu merasa terbebas dari perasaan yang tidak menyenangkan. Tingginya kebajikan yang dimiliki individu akan mendorongnya untuk berhati-hati dalam bersikap dan bertindak, dimana ditunjukkan dengan tidak sering membuat status atau *upload* di media sosial untuk hal-hal yang justru dapat menimbulkan penilaian negatif oleh masyarakat. Individu akan bijaksana dalam menuliskan status atau komentar dalam rangka menghindari penilaian negatif dari orang lain. Status yang di-*upload*-pun tidak berorientasi untuk mendapatkan pengakuan, pamer, atau tindakan iri, karena hal tersebut justru dihindari karena dianggapnya tidak sesuai dengan norma masyarakat.

Individu berharga diri tinggi berarti mampu (*competence*) atau mampu mewujudkan apa yang diinginkannya, seperti mencapai tuntutan prestasi dan beradaptasi. Individu yang memiliki kompetensi tinggi cenderung lebih fokus terhadap hal-hal yang produktif dan membatasi kegiatan-kegiatan yang justru menghabiskan waktu namun tidak mendukung pencapaian tujuan prestasi, seperti tidak mau menghabiskan banyak waktu untuk sekedar edit foto *selfie*, rutin *update* status dan foto *selfie*, dimana hal tersebut menunjukkan rendahnya perilaku narsistik. Selain itu, individu yang memiliki harga diri tinggi, cenderung meng-*upload* status dan *share content* tertentu yang biasanya ajakan kepedulian sosial, dimana ini menunjukkan empati individu.

Pada penelitian ini variabel perilaku narsistik di media sosial pada remaja memiliki *mean* empiris (ME) = 92,08 dan SD = 13,235, dimana nilai ini tergolong tinggi. Hasil ini memperlihatkan bahwa subjek memiliki pola yang berlebihan dan

rasa percaya diri yang tinggi serta cenderung tidak menyesuaikan keadaan diri sendiri, sehingga dalam kehidupan sosial cenderung menonjolkan kenyamanan akan kesendirian yang diaktualisasikan di media sosial. Subjek menggunakan media sosial untuk menunjukkan perasaan *grandiose* dan *self-important*, dipenuhi fantasi, merasa khusus dan spesial, memiliki kebutuhan ekspresif untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, tidak memiliki empati, rasa iri, serta berperilaku arogan dan angkuh.

Sementara, variabel harga diri memiliki *mean* empiris (ME) = 38,18 dan SD = 7,684, dimana nilai ini tergolong sedang. Hasil ini memperlihatkan bahwa subjek memiliki penilaian dan pandangan individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan kemampuan dan perilaku individu itu sendiri secara apa adanya dengan cukup baik. Subjek merasa memiliki kekuatan, keberartian, kebajikan dan kompetensi yang cukup tinggi.

Terdapat keterbatasan penelitian sehingga perlu kehati-hatian dalam menafsirkan hasil. Keterbatasan tersebut, antara lain: (1) Kemampuan peneliti menggunakan *google forms* kurang sehingga tampilannya bisa membingungkan responden, contoh terdapat nomor ganda; (2) Pada lembar identitas *google forms* tidak tercantum domisili responden, sehingga tidak diketahui secara pasti apakah responden benar-benar berasal dari kabupaten/ kota Semarang; (3) Data uji coba alat ukur sekaligus dijadikan data penelitian, yang berarti subjek saat mengerjakan skala penelitian masih berhadapan dengan item-item yang tidak valid; (4) Subyek dalam mengisi skala secara *social desire ability*, yaitu subyek mengisi data penelitian dengan harapan sosial yang sifatnya normatif.