



**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS
DENGAN KECENDERUNGAN NARSISTIK
PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM**

SKRIPSI

**disajikan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi**

Oleh

Shobrina Salsabil

1511414062

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2019

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang saya tulis dalam skripsi ini dengan judul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram” ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 15 Mei 2019



Shobrina Salsabil

NIM.1511414062

PENGESAHAN

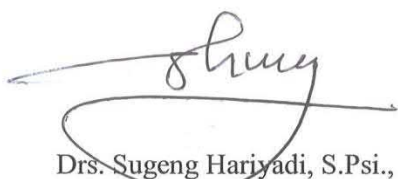
Skripsi dengan judul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram” telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang pada hari Jumat, 24 Mei 2019

Panitia ujian Skripsi:


Ketua

UNNES
Fakultas Ilmu Pendidikan
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
Dr. Achmad Rifai RC., M.Pd.
NIP. 195908211984031001


Sekretaris


Drs. Sugeng Hariyadi, S.Psi., M.S.
NIP. 195701251985031001


Penguji I


Moh. Iqbal Mabruri, S.Psi., M.Si.
NIP. 197503092008011008

Penguji II


Sugiariyanti, S.Psi., M.A.
NIP. 197804192003122001

Penguji III


Andromeda. S.Psi., M.Psi.
NIP. 198205312009122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*Tak perlu menjelaskan tentang dirimu pada siapapun.
Karena yang menyukaimu tidak membutuhkannya,
dan yang membencimu tidak mempercayainya.*

(Ali bin Abi Thalib r.a.)

*Berpikirlah positif dan selalu optimis. Bila suatu hari
keadaan terasa memburuk, maka sesungguhnya
semua itu adalah awal dekatnya kedatangan hari
yang penuh dengan kebahagiaan dan keindahan*

(Dr. Aidh Al-Qarni)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada
Ayah, Mama, kedua kakak tersayang,
sahabat dan keluarga besar yang senantiasa
mendukung serta mendoakan penulis.
Teman-teman Psikologi UNNES 2014.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram”. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih setulus hati kepada:

1. Dr. Achmad Rifai RC., M.Pd. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan beserta jajaran staff Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Sugeng Hariyadi, S.Psi., M.S. Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
3. Andromeda, S.Psi., M.Psi. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan banyak pengajaran, mengarahkan penulis dalam menemukan konsep berfikir ilmiah yang menjadikan peneliti sebagai seorang ilmuwan yang berdedikasi, dan bertanggung jawab.
4. Moh. Iqbal Mabruhi, S.Psi., M.Si. sebagai Penguji I yang telah memberikan masukan dan penilaian terhadap skripsi penulis.
5. Sugiariyanti, S.Psi., M.A. sebagai Penguji II yang telah memberikan masukan dan penilaian terhadap skripsi penulis.
6. Kepada seluruh Staff dan Dosen di Jurusan Psikologi atas segala ilmu dan pengajarannya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

7. Kepada Bapak Drs. Noor Kholiq, M.Pd, Bapak Drs. Abdurrohlim, Bapak M. Sri Mukayak, S.Pd, dan Ibu Sri Hartini yang telah membantu mempermudah perijinan dan proses penelitian di SMA Negeri 1 Pecangaan.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, Mama Anis Asyana dan Ayah Sholichin atas segala kesabaran, kasih sayang, doa dan dukungan yang diberikan. Serta kakak Abid Shofriansyah dan kakak Nisa Furqaini yang penulis sayangi.
9. Kepada saudaraku tersayang Fajrina, Marsha, dan Dina yang telah membantu dalam pengumpulan informasi dan pelaksanaan penelitian.
10. Kepada teman-teman Psikologi Universitas Negeri Semarang Rombel 2 Angkatan 2014, teman satu bimbingan Dinda, Renisa, sahabat terkasih yang telah menemani selama SMA hingga kuliah bersama di Semarang Hanif, Nyus, Nova, terimakasih atas semangat dan dukungannya.
11. Semua pihak yang turut membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi. Semoga kebaikan dan keikhlasan akan mendapat balasan dari Allah SWT.

Demikian besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 15 Mei 2019

Shobrina Salsabil

NIM. 1511414062

ABSTRAK

Salsabil, Shobrina. 2019. Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram. *Skripsi*. Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Andromeda, S.Psi., M.Psi.

Kata kunci : Hedonis, Narsistik, Remaja.

Instagram sebagai aplikasi media sosial memberikan kebebasan penggunaannya untuk membagikan unggahan foto ataupun video tanpa batasan. Berbagai cara dilakukan remaja agar orang lain tertarik untuk mengikuti akun instagram mereka dengan mengunggah foto ataupun video yang menimbulkan kesan menarik perhatian dari orang lain untuk mendapatkan pujian dan pengakuan. Salah satu faktor yang mempengaruhi gangguan kepribadian narsistik muncul karena adanya perubahan sosial seperti hedonis jangka pendek. Seseorang rela melakukan apa saja agar terus eksis di instagram, salah satunya adalah dengan cara mencoba meniru dan menerapkan gaya hidup hedonis. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang remaja pengguna instagram. Pengambilan data sampel dilakukan dengan teknik *proporsional stratified random sampling*. *proporsional stratified random sampling* adalah sampel yang diambil tanpa pandang bulu dengan mempertimbangkan populasi dengan cara yang seimbang berdasarkan tingkatan pada populasi. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah skala kecenderungan narsistik yang berisi 40 aitem, dan skala gaya hidup hedonis yang berisi 38 aitem dengan menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. Koefisien validitas yang digunakan sebesar 0.300 dengan nilai signifikansi 0,000. Koefisien reliabilitas skala kecenderungan narsistik sebesar 0.859 dan skala gaya hidup hedonis sebesar 0.785.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram, kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram berada pada kategori sedang, dan gaya hidup hedonis pada remaja pengguna instagram berada pada kategori sedang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil hipotesis menggunakan korelasi *Product moment* menghasilkan *Correlation* sebesar 0,673 dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga hipotesis yang berbunyi “ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram” diterima.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB	
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Teoritis	15
1.4.2 Praktis.....	15
2. LANDASAN TEORI	
2.1 Kecenderungan Narsistik	16
2.1.1 Pengertian Kecenderungan Narsistik	16

2.1.2	Karakteristik Gangguan Kepribadian Narsistik	18
2.1.3	Faktor Penyebab Gangguan Kepribadian Narsistik	21
2.2	Gaya Hidup Hedonis	22
2.2.1	Pengertian Gaya Hidup Hedonis	22
2.2.2	Aspek Gaya Hidup Hedonis	24
2.2.3	Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis	26
2.3	Remaja.....	29
2.4	Instagram.....	31
2.5	Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram	33
2.6	Kerangka Berpikir	37
2.7	Hipotesis Penelitian.....	38
3.	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Desain Penelitian.....	39
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	40
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.4.1	Kecenderungan Narsistik	41
3.4.2	Gaya Hidup Hedonis	41
3.5	Subjek Penelitian.....	42
3.5.1	Populasi	42
3.5.2	Sampel.....	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Validitas dan Reliabilitas	48

3.7.1	Validitas Data	48
3.7.1.1	Uji Validitas Kecenderungan Narsistik.....	49
3.7.1.2	Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis	50
3.7.2	Reliabilitas	52
3.7.2.1	Uji Reliabilitas Skala Kecenderungan Narsistik.....	53
3.7.2.2	Uji Reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis.....	53
3.8	Analisis Data	54
4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Persiapan Penelitian	56
4.1.1	Orientasi Kancan Penelitian.....	56
4.1.2	Perijinan Penelitian	57
4.1.3	Penentuan Subjek Penelitian	58
4.1.4	Penyusunan Alat Ukur	59
4.2	Pengambilan Data	59
4.2.1	Proses Pengumpulan Data.....	59
4.2.2	Proses Skoring.....	61
4.3	Hasil Penelitian	61
4.3.1	Analisis Inferensial.....	61
4.3.1.1	Hasil Uji Asumsi.....	61
4.3.1.2	Hasil Uji Normalitas	62
4.3.1.3	Hasil Uji Linieritas	63
4.3.1.1	Hasil Uji Hipotesis	63
4.3.2	Analisis Deskriptif	65

4.3.2.1	Gambaran Deskriptif Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram	66
4.3.2.2	Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram.....	69
4.3.2.2.1	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik Merasa bahwa Dirinya Sangat Penting.....</i>	69
4.3.2.2.2	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik memiliki Fantasi yang berlebihan terhadap Kesuksesan, Kekuatan, Kepintaran, Kecantikan atau Cinta yang Ideal.....</i>	71
4.3.2.2.3	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik Percaya bahwa Dirinya Spesial dan Unik, hanya dapat dimengerti oleh Orang Spesial yang lain atau Orang yang Statusnya Lebih Tinggi.....</i>	74
4.3.2.2.4	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik membutuhkan Pujian yang Berlebih</i>	77
4.3.2.2.5	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik memiliki Ekspektasi yang Berlebihan dan Tidak Beralasan.....</i>	80
4.3.2.2.6	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik Eksploitatif secara Interpersonal</i>	82
4.3.2.2.7	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik Kurang Berempati terhadap Orang Lain</i>	85
4.3.2.2.8	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik Merasa Iri terhadap Orang Lain atau Orang Lain Iri terhadapnya.....</i>	87
4.3.2.2.9	<i>Gambaran Spesifik Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Karakteristik Menunjukkan Sikap Arogan dan Angkuh</i>	90
4.3.2.3	Gambaran Deskriptif Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram.....	92

4.3.2.4	Gambaran Spesifik Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram.....	95
4.3.2.4.1	<i>Gambaran Spesifik Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Aspek Kegiatan.....</i>	95
4.3.2.4.2	<i>Gambaran Spesifik Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Aspek Minat.....</i>	97
4.3.2.4.3	<i>Gambaran Spesifik Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram berdasarkan Aspek Pendapat.....</i>	99
4.4	Pembahasan.....	102
4.4.1	Pembahasan Analisis Inferensial Gaya Hidup Hedonis dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram.....	102
4.4.2	Pembahasan Analisis Deskriptif Kecenderungan Narsistik.....	106
4.4.3	Pembahasan Analisis Deskriptif Gaya Hidup Hedonis.....	112
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	115
5.	PENUTUP	
5.1	Simpulan.....	117
5.2	Saran.....	117
	DAFTAR PUSTAKA.....	119
	LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1	Klasifikasi Populasi Siswa SMA Negeri 1 Pecangaan Tahun Pendidikan 2018/2019..... 43
3.2	Sampel Penelitian Siswa SMA Negeri 1 Pecangaan Tahun Pendidikan 2018/2019..... 44
3.3	Klasifikasi Skor Skala Rating Likert..... 45
3.4	<i>Blue Print</i> Skala Kecenderungan Narsistik..... 46
3.5	<i>Blue Print</i> Skala Gaya Hidup Hedonis..... 47
3.6	Hasil Uji Validitas Kecenderungan Narsistik 49
3.7	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis 50
3.8	Pedoman Interpretasi Reliabilitas 52
3.9	Reliabilitas Skala Kecenderungan Narsistik 53
3.10	Reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis..... 53
4.1	Proportionate Stratified Random Sampling 58
4.2	Hasil Uji Normalitas 62
4.3	Hasil Uji Linieritas 63
4.4	Hasil Uji Hipotesis 64
4.5	Penggolongan Kriteria Analisis Berdasarkan Mean Teoritik 65
4.6	Gambaran Umum Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram..... 67
4.7	Statistik Deskriptif Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram di SMA Negeri 1 Pecangaan 68
4.8	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik merasa bahwa dirinya sangat penting 70

4.9	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik merasa bahwa dirinya sangat penting	71
4.10	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik memiliki fantasi yang berlebihan terhadap kesuksesan, kekuatan, kepintaran, kecantikan atau cinta yang ideal	73
4.11	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik memiliki fantasi yang berlebihan terhadap kesuksesan, kekuatan, kepintaran, kecantikan atau cinta yang ideal	74
4.12	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik percaya bahwa dirinya spesial dan unik, hanya dapat dimengerti oleh orang spesial yang lain atau orang yang statusnya lebih tinggi	76
4.13	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik percaya bahwa dirinya spesial dan unik, hanya dapat dimengerti oleh orang spesial yang lain atau orang yang statusnya lebih tinggi	77
4.14	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik membutuhkan pujian yang berlebih	79
4.15	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik membutuhkan pujian yang berlebih	79
4.16	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik memiliki ekspektasi yang berlebihan dan tidak beralasan	81
4.17	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik memiliki ekspektasi yang berlebihan dan tidak beralasan	82
4.18	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik eksploitatif secara interpersonal	83
4.19	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik eksploitatif secara interpersonal	84
4.20	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik kurang berempati terhadap orang lain	86

4.21	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik kurang berempati terhadap orang lain.....	86
4.22	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik merasa iri terhadap orang lain atau orang lain iri terhadapnya	88
4.23	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik merasa iri terhadap orang lain atau orang lain iri terhadapnya	89
4.24	Gambaran kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik menunjukkan sikap arogan dan angkuh	91
4.25	Statistik Deskriptif kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik menunjukkan sikap arogan dan angkuh	92
4.26	Gambaran Umum Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram.....	94
4.27	Statistik Deskriptif Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram di SMA Negeri 1 Pecangaan	94
4.28	Gambaran gaya hidup hedonis pada subjek berdasarkan aspek kegiatan	96
4.29	Statistik Deskriptif gaya hidup hedonis pada subjek berdasarkan aspek kegiatan	97
4.30	Gambaran gaya hidup hedonis pada subjek berdasarkan aspek minat ..	98
4.31	Statistik Deskriptif gaya hidup hedonis pada subjek berdasarkan aspek minat.....	99
4.32	Gambaran gaya hidup hedonis pada subjek berdasarkan aspek pendapat	101
4.33	Statistik Deskriptif gaya hidup hedonis pada subjek berdasarkan aspek pendapat	101

4.34	Gambaran spesifik kecenderungan narsistik pada subjek berdasarkan karakteristik.....	109
4.35	Gambaran spesifik gaya hidup hedonis pada subjek berdasarkan aspek.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
1.2 Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia dan Jenis Kelamin.....	4
2.1 Kerangka Berpikir.....	38
4.1 Diagram Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram di SMA Negeri 1 Pecangaan.....	69
4.2 Diagram Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pengguna Instagram di SMA Negeri 1 Pecangaan.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Dokumentasi	125
2. Izin Penelitian.....	128
3. Surat Keterangan Bukti telah Penelitian	129
4. Surat Keterangan Analisis Data	130
5. Surat Keterangan 35 Jurnal Penelitian	131
6. Blue Print Skala Kecenderungan Narsistik.....	132
7. Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis.....	134
8. Skala Psikologis	135
9. Hasil Uji Hipotesis	144
10. Hasil Uji Linieritas	145
11. Hasil Uji Normalitas	146
12. Hasil Analisis Deskriptif Kecenderungan Narsistik dan Gaya Hidup Hedonis	147
13. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kecenderungan Narsistik	148
14. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Gaya Hidup Hedonis.....	156
15. Tabulasi Skor Variabel Kecenderungan Narsistik.....	163
16. Tabulasi Skor Variabel Gaya Hidup Hedonis.....	171

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, teknologi semakin berkembang pesat mengikuti kebutuhan manusia yang semakin besar dengan keterbatasan waktu. Manusia saat ini dapat dengan mudah melakukan berbagai aktivitas dengan bersamaan memenuhi kebutuhan hanya melalui satu alat saja. *Smartphone* mungkin sudah tidak asing lagi dalam menemani berbagai aktivitas kita selama ini. Melalui *smartphone* kita dapat mengunduh berbagai aplikasi yang dapat mempermudah, menghemat tenaga dan waktu kita dalam mencari berbagai informasi, membeli berbagai kebutuhan, bahkan memesan transportasi ataupun hotel yang kita inginkan tanpa perlu datang langsung ke lokasinya.

Perkembangan teknologi pada *smartphone* tidak hanya berkembang dalam aplikasi memenuhi kebutuhan dan informasi manusia, namun juga berkembang pesat dalam aplikasi media sosial. Aplikasi media sosial saat ini tidak hanya menghubungkan kita dengan orang-orang terdekat kita saja, tetapi juga dapat menghubungkan kita dengan tokoh idola kita bahkan dengan orang yang tidak pernah kita kenal ataupun kita temui secara langsung dari berbagai belahan dunia. Salah satu aplikasi media sosial yang terus berkembang dalam memperbarui fitur-fitur fasilitas pada aplikasinya adalah instagram.

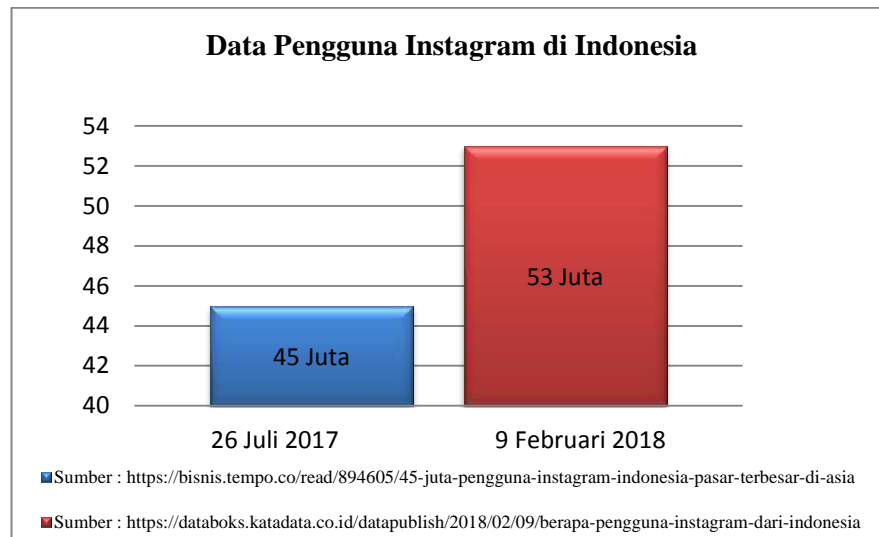
Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang dirilis pada tanggal tanggal 6 Oktober 2010. Kemudain instagram masuk *Play Store* pada tanggal 3

April 2012 dan hingga kini telah diunduh lebih dari 1 miliar pengunduh. Instagram sebagai media sosial yang banyak digunakan saat ini, menyediakan berbagai fitur yang memfasilitasi penggunaanya dalam berbagi momen. Fitur mengunggah foto dan video yang dapat diedit terlebih dahulu sebelum mengunggahnya serta kita juga dapat menambahkan lokasi, menandai akun lain, maupun menuliskan keterangan yang menarik pada foto dan video tersebut. Fitur berbagi cerita yang dibagikan dalam waktu 24jam, serta fitur siaran langsung yang merekam secara langsung kegiatan yang sedang kita lakukan.

Instagram memfasilitasi kita untuk dapat mengikuti akun-akun instagram yang kita inginkan, ataupun hanya untuk melihat-lihat isi dalam akun instagram orang lain untuk mengetahui foto ataupun video yang telah diunggah di akun tersebut hingga aktivitas yang orang tersebut lakukan yang telah dibagikan dalam unggahan cerita kesehariannya. Selain itu kita juga dapat meninggalkan komentar, suka, pada foto ataupun video yang diunggah oleh akun instagram yang kita ikuti, kita juga dapat berbagi kepada akun instagram atau media sosial yang lain, menyimpan foto pada akun instagram kita yang hanya dapat kita sendiri yang mengetahui, hingga memberikan respon melalui DM (*Direct Message*) yang hanya dapat dibaca langsung oleh pemilik akun tersebut.

Instagram sebagai aplikasi media sosial memberikan kebebasan penggunaanya untuk membagikan unggahan foto ataupun video tanpa batasan setiap harinya, kita dapat mengatur siapa yang dapat melihat profil, memberikan komentar pada unggahan, serta menyembunyikan unggahan yang kita inginkan. Pengguna instagram dapat mengetahui jumlah dan orang yang menyukai maupun

mengomentari setiap unggahan kita di profil dan mengetahui orang yang melihat unggahan kita dalam *instastory*.

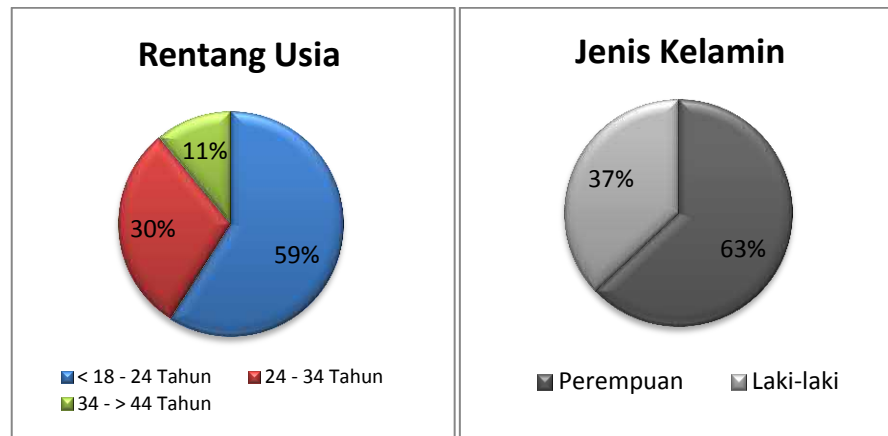


Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia

Berdasarkan informasi yang dirilis pada 26 Juli 2017 Indonesia tercatat sebagai pengguna aktif setiap bulannya, hal ini menjadikan Indonesia sebagai pengguna terbesar Asia pasifik dan sebagai pembuat konten instagram *story* terbanyak di dunia. Sedangkan informasi terkini yang dirilis pada 9 Februari 2018 pengguna instagram di Indonesia berada pada urutan ketiga dari 10 negara dengan jumlah pengguna aktif instagram terbesar di dunia.

Pengguna instagram di Indonesia pada 26 Juli 2017 hingga 9 Februari 2018 mengalami peningkatan kurang lebih 8 juta pengguna. Berdasarkan informasi yang dirilis tanggal 14 Januari 2016 pada halaman (<https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>) Indonesia menjadi salah satu Negara

dengan pengguna instagram terbanyak yaitu 59 persen yang berusia kurang dari 18 tahun hingga 24 tahun mengakses instagram setidaknya seminggu sekali.



Gambar 1.2 Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia dan Jenis Kelamin

Instagram telah menyita banyak perhatian masyarakat di Indonesia tidak hanya pada kalangan *public figure* saja tetapi juga masyarakat umum tanpa terkecuali remaja. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang sudah tidak asing lagi dikalangan remaja, hampir setiap *smartphone* yang dimiliki oleh remaja terdapat aplikasi instagram.

Menurut Hurlock (1980:207-213) remaja berada pada tahapan perkembangan peralihan dari masa akhir kanak-kanak sebelum menuju dewasa. Masa remaja sebagai masa pencarian identitas membuat remaja harus menyesuaikan diri terhadap perubahan sosial. Perubahan sosial pada masa remaja membuat remaja lebih banyak menghabiskan waktu bersama temannya, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman dalam berbicara, berpakaian dan berperilaku seperti orang dewasa lebih besar daripada pengaruh keluarga.

Remaja segera mengerti bahwa ia dinilai dengan standar yang sama dengan yang digunakan untuk menilai orang lain (Hurlock, 1980:216). Remaja mencoba menyesuaikan diri untuk menemukan identitas dirinya dengan cara menempatkan tokoh idola sebagai tokoh ideal mereka, sehingga tidak heran jika banyak remaja yang menggunakan instagram untuk mengikuti tokoh idola mereka. Remaja melakukan berbagai cara agar tidak tertinggal tren yang berkembang sangat cepat melalui instagram, namun sayangnya banyak remaja yang kurang mampu mengendalikan dirinya dalam mengikuti tokoh idolanya.

Instagram yang pada awalnya hanya digunakan untuk berbagi foto dan video berdurasi singkat 15 detik banyak diminati penggunaannya untuk menampilkan sisi terbaik dari penampilan dirinya. Pengguna instagram berlomba-lomba mengunggah foto terbaiknya dengan berbagai pose maupun latar belakang lokasi yang menarik. Pengguna sosial media juga tak jarang memanipulasi dan mengubah profil mereka untuk mendapatkan jumlah likes yang banyak, maupun menghapus unggahan mereka bila *likes* pada unggahan mereka tidak sesuai dengan harapan (Wickel, 2015).

Berbagai cara dilakukan remaja agar orang lain tertarik untuk mengikuti akun instagram mereka dengan menampilkan aktivitas atau kegiatan yang menimbulkan kesan menarik perhatian dari orang lain. Aktivitas atau kegiatan yang mereka lakukan tak jarang dilakukan hanya untuk mendapatkan pujian dan pengakuan, bahkan tak jarang secara langsung remaja tersebut meminta orang lain untuk menyukai atau mengomentari foto ataupun video yang telah diunggahnya

tersebut dengan komentar yang positif karena mereka merasa apa yang telah diunggahnya menampilkan sesuatu yang layak mendapatkan pujian.

Fenomena yang muncul seiring berkembangnya teknologi dan media sosial saat ini terjadi sering kita sebut dengan narsis. Kata narsis sudah tidak asing lagi di telinga kita, bahkan tak jarang kita sendiripun pernah menggunakan kata tersebut untuk diri kita sendiri ataupun untuk mengomentari orang lain ketika melihat orang yang sedang bergaya di depan kamera atau unggahan di akun instagram orang lain. Selain itu kita juga sering menggunakan kata narsis sebagai kata pengganti untuk memberikan komentar terhadap orang yang terlalu memuji dirinya sendiri dihadapan orang lain.

Mencintai diri sendiri dengan memberikan pujian terhadap penampilan ataupun perbuatan kita memang tidak ada salahnya agar kita lebih percaya diri. Namun sesuatu yang berlebihan dalam mencintai diri sendiri tidak selamanya baik, hal tersebut dapat membuat kita lupa akan empati terhadap orang lain bahkan terkadang dapat menjadikan orang lain merasa terganggu karena kita hanya mengutamakan kesenangan diri sendiri.

Narsistik merupakan istilah gangguan kepribadian dalam ilmu psikologi yang digambarkan dengan orang yang terlalu berlebihan dalam mencintai dirinya sendiri dengan memberikan perhatian yang berlebih terhadap diri sendiri, kebutuhan untuk dikagumi dan diberikan pujian atas apa yang telah dia lakukan dan tanpa disadari mengganggu orang lain ataupun dirinya sendiri (Hardjanta dalam Philip, 2007:26). Mereka yang memiliki gangguan kepribadian narsistik

selalu ingin mengerjakan sesuatu dengan cara mereka sendiri dan sering kali ambisius untuk mencari ketenaran (Liftiah, 2013:129).

Menurut Buffardi dan Campbell dalam Myers, (2012:96) menyatakan bahwa sesuatu menyangkut status dan kemenarikan yang mereka miliki tidak mengejutkan bahwa seseorang memiliki tingkat narsistik yang tinggi berkembang pesat di jejaring sosial dengan menghitung-hitung lebih banyak teman dan memilih lebih banyak foto-foto yang menarik tentang dirinya sendiri.

Indonesia sebagai negara ketiga pengguna instagram terbanyak di dunia tidak selalu memberikan dampak positif bagi penggunanya. Permasalahan pada pengguna instagram mulai bermunculan tidak hanya dari *public figure* untuk mengangkat popularitas, tetapi juga pada remaja yang menggunakan instagram secara berlebihan karena ingin menunjukkan eksistensi dirinya.

Beberapa *public figure* yang banyak diikuti oleh remaja saat ini dan dapat memberikan pengaruh antara lain Muhammad Attamimi Halilintar atau yang lebih dikenal dengan nama Atta Halilintar merupakan anak pertama dari 11 bersaudara dalam keluarga Gen Halilintar. Atta Halilintar adalah seorang youtuber dengan pengikut di instagram mencapai lebih dari 4.200.000 pengikut. Atta Halilintar sering mengunggah berbagai hal tentang kegiatan keseharian, barang-barang mewah yang dia miliki, liburan yang dia lakukan, serta mengunggah beberapa cuplikan dan perkembangan dari youtubenanya dalam akun instagramnya.

Beberapa waktu lalu Atta Halilintar mengunggah sebuah foto tentang perkembangan *subscribe's* youtubenanya yang telah mencapai lebih dari 10.000.000. Atta Halilintar menyatakan bahwa dirinya adalah *king of youtube*

Indonesia karena dirinya menjadi orang pertama di Indonesia dan Asia Tenggara yang telah mencapai 10.000.000 *subscribe*'s. Hal tersebut juga dilampirkannya pada profil instagram yang bertuliskan "Youtuber No 1 Asean".

Tidak hanya *public figure*, kebanyakan remaja saat ini juga mencoba berbagai cara untuk menampilkan hal yang menarik pada diri mereka agar memberikan kesan pada pengikut instagramnya. Unggahan instagram yang banyak dibagikan oleh remaja saat ini berisikan berbagai kegiatan atau aktivitas keseharian yang sedang mereka lalui. Beberapa dari remaja yang memiliki prestasi akademik maupun non akademik, atau menjadi bagian penting dalam sebuah organisasi juga tak jarang mencantukannya dalam profil instagram yang mereka miliki.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 15 siswa SMA dari sekolah yang berbeda di Jepara mengenai nama-nama siswa yang banyak dikenal atau *hits* di Jepara, salah satu yang mendapatkan jawaban terbanyak adalah remaja berinisial PRTA. PRTA merupakan salah satu siswa SMA Negeri di Kabupaten Jepara yang telah memperoleh beberapa prestasi baik akademik maupun non akademik. Dalam akun instagram miliknya telah diikuti sebanyak lebih dari 15 ribu pengikut, selain itu dia juga mencantumkan beberapa prestasi yang berhasil dia raih di bidang non akademik seperti duta wisata Jepara, *runner up* duta jamu Jawa Tengah dan Putri Otonomi Indonesia Jepara. PRTA tidak jauh berbeda dengan kebanyakan remaja sekarang ini, berbagai kegiatan dan aktivitas keseharian yang dilaluinya juga dibagikan di akun instagramnya. Beberapa unggahan di akun instagram miliknya

juga terdapat dirinya sedang mempromosikan beberapa produk yang menjadi bisnis orang lain atau lebih dikenal dengan *endorse* produk.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan terhadap 40 siswa di SMA Negeri 1 Pecangaan mengenai kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram diperoleh hasil bahwa kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram di SMA Negeri 1 Pecangaan sebanyak 27 siswa dari 40 siswa berada pada kategori sedang (67.5%). Berdasarkan 9 karakteristik yang terdapat dalam studi pendahuluan terdapat 3 karakteristik yang berada pada kategori tinggi yaitu merasa bahwa dirinya sangat penting, eksploitatif secara interpersonal, dan menunjukkan sikap arogan dan angkuh.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hendrata, & Christiano, (2017:234-235) pada mahasiswa Unika Widya Mandala Madiun yang berada pada masa remaja madya hingga masa remaja akhir menunjukkan bahwa kecenderungan narsistik pada remaja termasuk dalam kategori sedang dengan persentase 70,8 persen, 12,5 persen rendah dan 16,7 persen tinggi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cecillia, (2016) kepada 60 siswa SMA Kristen 1 Salatiga mengenai kecenderungan narsistik menunjukkan hasil bahwa 20 siswa (29%) berada pada kategori tinggi, 41 siswa (58%) berada pada kategori sedang, dan 9 (13%) siswa berada pada kategori rendah. Serta harga diri memberikan sumbangan sebesar 12% terhadap kecenderungan narsistik siswa SMA Kristen 1 Salatiga yang menggunakan instagram, sehingga masih terdapat kemungkinan 88% faktor lain mempengaruhi kecenderungan narsistik.

Najib, Sugiarto, & Erawati, (2018:107) menyatakan bahwa remaja yang memiliki narsistik yang tinggi akan merasa bahwa dirinya baik, merasa dirinya luar biasa, selalu ingin dipuji, melakukan apa saja dengan berani, suka menjadi pusat perhatian, mencoba untuk memamerkan, mengikuti tren terkini, dan senang terhadap penampilan fisiknya.

Berdasarkan permasalahan yang muncul di instagram sebagian besar permasalahan muncul karena orang melakukan berbagai cara untuk mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan yaitu eksistensi diri atau pengakuan dari orang lain bahwa dirinya paling penting, menunjukkan sikap arogan dan angkuh, memanfaatkan orang lain secara berlebihan, namun menjadikannya lupa akan empati terhadap orang lain karena mementingkan kesenangan dirinya saja. Permasalahan tersebut merupakan contoh nyata dari ciri-ciri kecenderungan gangguan kepribadian narsistik yang muncul pada pengguna media sosial instagram saat ini.

Ketika memasuki masa remaja, terdapat beberapa perubahan dalam minat yang di bawa dari masa kanak-kanak dan digantikan dengan minat yang lebih matang. Minat rekreasi remaja berubah menjadi kegiatan yang paling mereka sukai atau mereka kuasai dengan baik. remaja mulai menyukai olah raga tontonan, senang berpergian jauh dari rumah selama liburan, menonton film, bersantai dan mengobrol bersama teman. Banyaknya minat rekreasi yang diikuti remaja juga sangat dipengaruhi oleh derajat popularitasnya. Minat sosial remaja bergantung pada kesempatan yang diperoleh untuk mengembangkan kepopulerannya (Hurlock, 1980:216-218).

Berdasarkan hasil penelitan yang dilakukan oleh Cecillia, (2016) dan Najib, Sugiarto, & Erawati, (2018) dapat diambil kesimpulan bahwa salah satu kemungkinan dari 88% faktor lain yang mempengaruhi perilaku kecenderungan gangguan kepribadian narsistik remaja adalah dengan cara mencoba untuk memamerkan dan mengikuti tren terkini. Salah satu faktor yang sesuai dengan pendapat Lasch, 1978 dalam Durand & Barlow, (2007:212-213) mengenai faktor yang mempengaruhi gangguan kepribadian narsistik di dalam bukunya *The Culture of Narcissism* menyatakan bahwa gangguan kepribadian narsistik muncul karena adanya perubahan sosial seperti hedonis jangka pendek.

Gaya hidup menurut Mowen & Minor, (2002:282) menunjukkan bagaimana cara seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu mereka. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Piper Jaffray dalam Sukarno, & Indrawati, (2018) ditemukan bahwa remaja banyak menghabiskan uang untuk membeli makanan atau jajan (24%), diikuti dengan membeli pakaian (19%), membeli perlengkapan mobil (9%), membeli aksesoris dan kosmetik (9%), membeli sepatu (8%), video game (8%), dan barang elektronik (7%), sisanya dihabiskan untuk kegiatan konser, bioskop, dan berbagai *event*.

Teknologi informasi yang semakin berkembang dan mudah diterima oleh individu di media sosial telah banyak merubah gaya hidup ke arah yang *modern* mengikuti gaya hidup orang lain yang mengarah kepada gaya hidup hedonism, bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup melainkan keinginan untuk mencapai kepuasan (Trimartati, 2014:23). Jepara sebagai salah satu Kabupaten di

Jawa Tengah yang terkenal dengan wisata alam dan sejarahnya juga terus memperbaiki tampilan dari setiap lokasi tempat wisatanya mengikuti kebutuhan wisatawan agar tertarik untuk datang. Selain tempat wisata di Jepara kini juga terus menerus berkembang *café* maupun restoran yang berlomba-lomba untuk menarik minat pengunjung mulai dari lokasi yang menawarkan pemandangan atau tempat yang *instagramabel* untuk berfoto, hingga menu yang sedang populer.

Perilaku hedonis remaja saat ini bisa kita temukan dengan mudah dalam kehidupan sehari-hari, banyak dari remaja yang suka menghabiskan waktu diluar rumah hanya untuk bersenang-senang dengan teman-temannya, entah hanya sekedar nongkrong di *cafe*, bermain *game* online bersama dengan teman-temannya, mengunjungi tempat wisata atau tempat makan yang baru dan masih banyak lainnya. Mereka menganggap dengan melakukan semua itu eksistensi atau keberadaannya bisa diterima oleh lingkungan sekitar mereka.

Fakta yang didapat dilapangan melalui survey yang dilakukan oleh Kasali (1998: 197) yang menemukan bahwa mall adalah tempat nongkrong yang paling populer untuk mengisi waktu luang remaja (30,8%), sedangkan jajan merupakan prioritas pertama pengeluaran remaja (49,4%), setelah itu membeli alat sekolah (19,5%), jalan-jalan atau hura-hura (9,8%), membeli kaset (2,3%), membeli aksesoris mobil (0,6%), dan ada pula yang tidak menjawab sebanyak (0,4%).

Menurut Mowen & Minor, (2002:221) hedonis merujuk pada perolehan kesenangan melalui perasaan. Perasaan yang dicari mungkin bukanlah kesenangan yang seragam. Orang mencari berbagai pengalaman emosi, termasuk rasa cinta, benci, takut, sedih, marah, dan muak. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa gaya hidup hedonis adalah cara seseorang hidup dengan mengalokasikan waktu mereka untuk memperoleh kenikmatan, memperoleh dorongan emosional dan memperoleh kesenangan melalui perasaan sensai baru yang dapat memberikan pengalaman emosi, termasuk rasa cinta, benci, takut, sedih, marah dan muak.

Gaya hidup hedonisme bukan hanya dimiliki remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya menengah keatas tapi remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya rendah juga banyak memiliki gaya hidup hedonisme, anak remaja mereka rela tidak membelanjakan uang sakunya berbulan-bulan demi membeli handphone, jam, tas, sepatu yang mahal atau menonton konser. Berdasarkan data survey tahun 2013 dari Marknetter's (Nurwitasari, 2018) yang menyatakan bahwa penggerak ekonomi pasar website jual beli *online* merupakan kaum muda dengan rincian remaja berumur 17-19 tahun menempati urutan pertama (34%), dilanjutkan berumur 20-28 tahun (27%), kemudian berumur 28-35 tahun (21%), dan diatas 35 tahun (18%).

Penelitian yang dilakukan oleh Pontania, (2016) pada siswa SMA Negeri 4 Surakarta mengenai gaya hidup hedonis diperoleh hasil kategorisasi gaya hidup hedonis terdapat 14 siswa (13%) kategori sangat tinggi, 57 siswa (54%) kategori tinggi, 34 siswa (32%) kategori sedang, 1 siswa (1%) kategori rendah dan 0 siswa (0%) kategori sangat rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsep diri mempengaruhi perilaku gaya hidup hedonis sebesar 22% sehingga masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi perilaku gaya hidup hedonis. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis seseorang adalah sikap, pengalaman dan

pengamatan, kepribadian, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan.

Berbagai cara dilakukan remaja untuk menunjukkan eksistensi dirinya. Berbagai permasalahan muncul di media sosial instagram karena remaja merasa dirinya paling penting, paling unik, sehingga layak mendapatkan sanjungan ataupun pujian atas apa yang mereka lakukan, namun menjadikannya lupa akan empati terhadap orang lain karena mementingkan kesenangan dirinya saja. Menampilkan sesuatu yang menyenangkan, mengikuti tren masa kini, menampilkan sesuatu yang kita miliki dan mampu kita lakukan merupakan salah satu cara yang banyak digunakan orang untuk mengangkat popularitas di media sosial salah satunya instagram. Remaja sering kali melakukan berbagai cara agar membuat orang lain penasaran dan tertarik mengikuti akun instagramnya.

Berdasarkan paparan mengenai fenomena dan latar belakang permasalahan di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditulis di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram ?.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa manfaat adalah sebagai berikut :

1.4.1 Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu khususnya di bidang Psikologi Perkembangan terutama dapat memberikan gambaran tentang hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram.

1.4.2 Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan gambaran kepada orang lain mengenai gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram.
2. Bagi civitas akademik hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai gaya hidup hedonis maupun kecenderungan narsistik.
3. Bagi subjek penelitian hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan evaluasi diri guna memberikan gambaran kepada pengguna instagram mengenai kecenderungan narsistik yang mereka lakukan sehingga membantu mereka guna meminimalisir kecenderungan narsistik di instagram.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Kecenderungan Narsistik

2.1.1 Pengertian Kecenderungan Narsistik

Kecenderungan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pada halaman kbbi.web.id berasal dari kata dasar cenderung. Kecenderungan memiliki arti kecondongan hati, kesudian, keinginan (kesukaan) akan sesuatu. Menurut Sabri, (1993) dalam Susilowati, & Widodo, (2015) kecenderungan adalah keinginan yang muncul dari dorongan alamiah menuju pada sesuatu yang nyata atau konkret. Sedangkan menurut Fitriyah, (2007) dalam Cecillia, (2016) kecenderungan merupakan sesuatu yang memungkinkan timbulnya tingkah laku yang mengarah pada objek tertentu. Kecenderungan sifatnya tidak dibawa sejak lahir, sifat ini dapat muncul hanya sementara namun kadang kala dapat bersifat menetap. Sehingga kecenderungan merupakan tingkah laku atau keinginan yang muncul pada seseorang terhadap sesuatu yang nyata atau konkret.

Orang dengan gangguan kepribadian narsistik memiliki perasaan kebesaran akan kepentingan dirinya, menganggap dirinya sendiri sebagai orang yang khusus dan menanggapi kritik secara buruk (Kaplan, Sadock, & Grebb, 1997:260). Sedangkan menurut Durand & Barlow, (2007:211) gangguan kepribadian narsistik tergolong gangguan kepribadian klaster B (dramatis, emosional, atau eratik), mereka menilai tinggi dirinya sendiri, membutuhkan

pujian, kurang berempati, merasa dirinya berbeda dengan orang lain sehingga pantas mendapatkan perlakuan yang berbeda.

Para psikoanalisis, termasuk Freud (Cooper dan Ronningstan, 1992 dalam Durand & Barlow, 2007:211) menggunakan istilah *narcissistic* untuk mendeskripsikan orang-orang yang menunjukkan bahwa dirinya orang penting secara berlebihan dengan keinginan mendapatkan perhatian. Sejalan dengan Freud menurut Gundarson, Ronningstam, dan Smith (1995) dalam Durand & Barlow, (2007:212) gangguan kepribadian narsistik memiliki perasaan yang tidak masuk akal bahwa dirinya orang penting dan sangat terokupasi dengan dirinya sendiri sehingga mereka tidak memiliki sensitivitas dan tidak memiliki perasaan iba terhadap orang lain.

Orang dengan gangguan kepribadian narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka dari luar tampak memiliki perasaan luar biasa akan pentingnya dirinya, sepenuhnya terserap ke dalam dirinya sendiri dan fantasi tentang keberhasilan tanpa batas, namun hal tersebut sebenarnya merupakan topeng bagi harga dirinya yang sangat rapuh (Davison, Neale & Kring, 2010:586-587).

Gangguan kepribadian narsistik adalah pola grandiositas pervasif, kebutuhan untuk dikagumi, dan ketidakmampuan untuk berempati dengan orang lain. Memiliki perasaan yang sangat berlebih terhadap dirinya sendiri, terokupasi dengan prestasi dan kemampuannya. Oleh karena itu mereka beranggapan dirinya sangat istimewa, mereka tidak dapat berempati dengan perasaan orang lain dan sering dianggap sombong atau angkuh (Oltmanns & Emery, 2013:314).

Individu dengan gangguan kepribadian narsistik menurut Lifthiah (2013:129) memiliki rasa bangga atau keyakinan yang berlebih terhadap diri sendiri dan membutuhkan pujian. Mereka merasa bahwa dirinya orang penting serta merupakan individu yang unik, special dan berharap mendapatkan perlakuan yang khusus pula.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang dengan kecenderungan gangguan kepribadian narsistik memiliki kecenderungan perasaan tidak masuk akal bahwa dirinya merupakan orang yang unik, memiliki rasa bangga atau keyakinan berlebih terhadap dirinya, keinginan mendapatkan perhatian, keinginan mendapatkan pujian, dan kurang berempati terhadap orang lain.

2.1.2 Karakteristik Gangguan Kepribadian Narsistik

Karakteristik gangguan kepribadian narsistik menurut DSM V (Morrison, 2014:550-551) adalah sebagai berikut:

1. Merasa bahwa dirinya sangat penting.
2. Memiliki fantasi yang berlebihan terhadap kesuksesan, kekuatan, kepintaran, kecantikan atau cinta yang ideal.
3. Percaya bahwa dirinya spesial dan unik, hanya orang dapat dimengerti oleh orang spesial yang lain atau orang yang statusnya lebih tinggi.
4. Membutuhkan pujian yang berlebih.
5. Memiliki ekspektasi yang berlebihan dan tidak beralasan.
6. Eksploitatif secara interpersonal.
7. Kurang berempati terhadap orang lain.
8. Merasa iri terhadap orang lain atau orang lain iri terhadapnya.

9. Menunjukkan sikap arogan dan angkuh.

Aspek-aspek gangguan kepribadian narsistik menurut Ronningstan & Gunderson (1990) dalam Davison, Neale & Kring, (2010:586-587) tidak jauh berbeda dengan DSM V sebagai berikut :

1. Berfokus pada diri sendiri.
2. Beranggapan bahwa mereka unik dan kemampuan akan keberhasilan.
3. Menghendaki perhatian dan pujian berlebih serta meyakini bahwa mereka hanya dapat dimengerti oleh orang-orang yang istimewa atau memiliki status tinggi.
4. Perasaan iri dan arogansi, memanfaatkan orang lain serta perasaan bahwa mereka berhak mendapatkan segala sesuatu, mereka menghendaki orang lain melakukan sesuatu untuk mereka tanpa mengharapkan balasan.
5. Sangat sensitif terhadap kritik dan sangat takut akan kegagalan.
6. Kadang mereka mencari orang yang dapat mereka idealkan karena merasa kecewa pada diri sendiri.
7. Mereka tidak mengizinkan siapa pun memiliki hubungan dekat yang tulus dengan diri mereka.
8. Hubungan interpersonal hanya sedikit dan dangkal.
9. Mereka memiliki kemiskinan kehidupan dalam diri karena, terlepas dari pengagungan diri sendiri, mereka sebenarnya beranggapan diri mereka sangat kerdil.

Sedangkan menurut Durand & Barlow, (2007:212) kriteria gangguan kepribadian narsistik meliputi :

1. Pola pervasif dari grandiositas dan kebutuhan untuk dipuji dan empati, yang bermula pada masa dewasa awal.
2. Perasaan *grandiose* bahwa dirinya orang penting (misalnya merasa memiliki talenta yang luar biasa).
3. Terpreokupasi dengan fantasi-fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kecerdasan, kecantikan, atau cinta ideal tanpa batas.
4. Keyakinan bahwa dirinya “istimewa” dan hanya dapat dipahami oleh orang-orang yang istimewa atau memiliki status tinggi.
5. Minta dipuji secara eksekusif.
6. Mengeksploitasi orang lain untuk mencapai tujuannya.
7. Kurang memiliki empati.
8. Sering iri terhadap orang lain atau percaya bahwa orang lain iri padanya.
9. Bersikap arogan.

Berdasarkan karakteristik gangguan kepribadian narsistik dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik dari kecenderungan gangguan kepribadian narsistik memiliki perasaan atau keinginan yang mengarah pada karakteristik sebagai berikut :

1. Pandangan akan pentingnya diri sendiri.
2. Merasa dirinya istimewa dan unik.
3. Rasa bangga atau keyakinan berlebih pada keberhasilan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan diri (penampilan menarik).

4. Keinginan mendapatkan perhatian.
5. Keinginan mendapatkan pujian.
6. Memiliki perasaan iri terhadap orang lain.
7. Merasa bahwa orang lain iri terhadap dirinya.
8. Sensitif terhadap kritik dan takut akan kegagalan.
9. Kecenderungan memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuan sendiri.

2.1.3 Faktor Penyebab Gangguan Kepribadian Narsistik

Faktor penyebab gangguan kepribadian narsistik menurut Durand & Barlow (2007:212-213), terdapat dua faktor yaitu faktor psikodinamika dan faktor sosiaologis sebagai berikut :

1. Faktor psikodinamika menurut Kohut (1977) berasal dari kegagalan anak meniru empati dari orang tua pada masa perkembangan awal anak. Meniru merupakan proses belajar anak pada masa perkembangan awal anak, ketika anak mengami kegagalan dalam menirukan empati dari orang tuanya maka menyebabkan anak tidak mengerti kebutuhan orang lain dan memiliki empati yang kurang terhadap orang lain di sekitarnya.
2. Faktor sosiologis menurut Christopher Lasch (1978) dalam bukunya yang berjudul *The Culture of Narcissism* bahwa gangguan kepribadian narsistik muncul sebagai konsekuensi perubahan sosial berskala besar seperti hedonisme jangka pendek, individualis, kompetisi, dan kesuksesan.

Gangguan kepribadian narsistik menurut Kohut dalam Davison, Neale, & Kring (2010:587) disebabkan oleh kegagalan untuk mengembangkan harga diri yang sehat terjadi karena orang tua tidak merespon dengan baik kompetensi yang

ditunjukkan anak mereka, orang tua hanya memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan bukan secara langsung menghargai anak mereka. Anak yang diabaikan dengan cara ini tidak mengembangkan harga diri yang terinternalisasi dengan baik dan sulit menerima berbagai kekurangan mereka. Mereka berkembang menjadi orang dengan kepribadian narsistik, berjuang untuk melambungkan rasa diri mereka dengan mengejar cinta dan penghargaan dari orang lain tanpa henti.

Dalam konteks penelitian yang peneliti lakukan terkait kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada remaja pengguna instagram saat ini lebih cenderung pada prespektif sosiologis. Instagram sebagai salah satu media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk memperoleh informasi terkini serta mengunggah tentang diri mereka. Instagram telah banyak digunakan oleh remaja saat ini untuk menarik perhatian banyak orang dengan menonjolkan kecantikan, kebebasan, kesenangan yang mereka unggah merupakan bagian dari gaya hidup hedonis.

2.2 Gaya Hidup Hedonis

2.2.1 Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup adalah pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah hasil dari jajaran total ekonomi budaya, dan kekuatan kehidupan sosial yang menyokong kualitas manusia pada seseorang (Engel, Blackwell, & Miniard, 1990:383). Gaya hidup menurut Mowen & Minor, (2002:282) menunjukkan bagaimana cara seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu mereka.

Konsumsi hedonis menurut Fontenella & Zinkhan (1992:534-540) dalam Mowen & Minor, (2002:223) adalah keinginan untuk memanfaatkan waktu luang menjadi kegiatan untuk memperoleh kesenangan dan mempertahankan tingkat stimulasi optimalnya.

Menurut Holbrook & Hirschman, (1982:132-140) dalam Mowen & Minor, (2002:221) hedonis merujuk pada kebutuhan konsumen untuk menggunakan produk dan jasa dalam menciptakan fantasi, perasaan sensasi baru, dan memperoleh dorongan emosional. Sedangkan menurut Mowen & Minor, (2002:221) istilah hedonisme (*hedonism*) merujuk pada perolehan kesenangan melalui perasaan. Perasaan yang dicari mungkin bukanlah kesenangan yang seragam. Orang mencari berbagai pengalaman emosi, termasuk rasa cinta, benci, takut, sedih, marah, dan muak.

Hedonisme (Tim penulis Rosda, 1995:136 dalam CR, 2003:124) secara etimologis berasal dari bahasa Yunani *hedone* yang artinya kenikmatan serta *hedys* yang artinya enak (menyenangkan). Sebagai doktrin filsafat, hedonism adalah doktrin yang mengatakan bahwa kenikmatan adalah kebaikan intrinsik tertinggi atau satu-satunya kebaikan dalam kehidupan. kenikmatan harus dicari dan kelayakan etis tindakan manusia (nilai, kebaikan) ditentukan oleh kemampuan memberikan kenikmatan atau tidak.

Hedonisme psikologis adalah teori yang menyatakan bahwa semua tindakan manusia sebenarnya dimotivasi oleh keinginan untuk mengutamakan kenikmatan, dan untuk menghindari penderitaan karena manusia mustahil untuk berbuat sebaliknya (CR, 2003:125).

Menurut Levan's & Linda (2003) gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat dan pendapat seseorang yang selalu menekankan pada kesenangan hidup. Amstrong, 2003:15 dalam Trimartati, (2014:21) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya digunakan untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, bermain, membeli barang yang disenangi, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah cara seseorang hidup dengan mengalokasikan waktu mereka untuk memperoleh kenikmatan, memperoleh dorongan emosional dan memperoleh kesenangan melalui perasaan sensai baru yang dapat memberikan pengalaman emosi, termasuk rasa cinta, benci, takut, sedih, marah dan muak.

2.2.2 Aspek Gaya Hidup Hedonis

Aspek gaya hidup menurut Mowen & Minor, (2002:283) dapat diketahui melalui pernyataan-pernyataan yang disebut dengan pernyataan AIO yang berusaha mengungkap aktivitas, minat dan opini. Pernyataan aktivitas (*activity questions*) meminta individu untuk mengindikasikan apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka. Pernyataan minat (*interest questions*) memfokuskan pada preferensi dan prioritas individu. Pernyataan opini (*opinion questions*) menyelidiki pandangan dan perasaan individu mengenai topik-topik peristiwa dunia, local, moral, ekonomi, dan sosial.

Kategori AIO berdasarkan studi yang berjudul “*The Concept and Application of Life Style Segmentation*” menurut Joseph T. Plummer dalam Mowen & Minor, (2002:386) mengenai gaya hidup terdiri dari sebagai berikut :

1. *Activities* (kegiatan) meliputi kerja, hobi, peristiwa sosial, liburan, hiburan, keanggotaan klub, komunitas, berbelanja, olahraga.
2. *Interests* (minat) meliputi keluarga, rumah, pekerjaan, komunitas, rekreasi, mode, makanan, media, prestasi.
3. *Opinions* (opini) meliputi diri mereka sendiri, isu sosial, politik, bisnis, ekonomi, pendidikan, produk, masa depan, budaya.

Menurut Well dan Tigert dalam Engel, Blackwell, & Miniard, (1990:333), aspek gaya hidup hedonis terdiri dari :

1. *Activities* (kegiatan) meliputi cara seseorang menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan, bioskop dan kafe.
2. *Interests* (Minat) merupakan apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut dalam memperhatikannya, dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup seperti fashion, makanan, benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.
3. *Opinions* (opini) merupakan pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pernyataan atau tentang isu sosial dan produk yang berkaitan dengan hidup.

Sedangkan menurut Martha dkk (2008) dalam Nadzir & Ingarianti (2015:586) aspek gaya hidup hedonis terdiri dari tiga yaitu aktivitas, minat, dan pendapat, kemudian aspeknya diwujudkan dalam membentuk suka mencari perhatian, boros, memilih-milih teman, dan waktu luang dihabiskan dengan bersenang-senang. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti seperti kegiatan untuk mendapatkan barang atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek gaya hidup hedonis terdiri dari tiga aspek yaitu minat, aktivitas dan opini seseorang yang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh seseorang dalam menghabiskan waktu luang untuk memperoleh kenikmatan, kesenangan dan kepuasan emosional meliputi perasaan cinta, benci, takut, sedih, marah dan muak.

2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis

Faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis menurut Kotler & Armstrong (2008: 158-176) terdapat dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar diri individu (eksternal) sebagai berikut :

a. Faktor Internal

1. Sikap

Sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan

seseorang ke dalam suatu kerangka pikiran untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, untuk bergerak menuju atau meninggalkan sesuatu.

2. Pembelajaran

Ketika seseorang bertindak, mereka belajar. Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

3. Kepribadian

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian biasanya digambarkan dalam karakteristik perilaku seperti kepercayaan diri, dominansi, kemampuan bersosialisasi, otonomi, cara mempertahankan diri, kemampuan beradaptasi, dan sifat agresif.

4. Konsep Diri

Konsep diri merupakan bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

5. Motif

Motif atau dorongan merupakan kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut.

6. Persepsi

Persepsi merupakan proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.

b. Faktor Eksternal

1. Keluarga

Keluarga memegang peran terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola pikir dan pola hidup seseorang.

2. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung terhadap perubahan sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, dan menciptakan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan dalam pengambilan keputusan.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relative permanen dan berjenjang di mana anggotanya berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan hanya dari satu faktor seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya.

4. Budaya

Budaya merupakan penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar dan dipelajari secara luas. Tumbuh dalam suatu masyarakat seseorang mempelajari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari dari keluarga dan institusi penting lainnya.

2.3 Remaja

Masa remaja menurut Santrock, (2014:34) merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Masa remaja dimulai sekitar usia 10 sampai 12 tahun dan berakhir pada sekitar usia 18 sampai 21 tahun. Remaja lebih mengejar kemandirian dan mencari identitas diri mereka sendiri. Pikiran mereka menjadi lebih abstrak, logis, dan idealis.

Menurut teori tahap perkembangan rentang kehidupan Erikson dalam Santrock, (2014:82) remaja berada pada tahap kelima yaitu identitas vs kebingungan dengan usia 10 hingga 20 tahun. Remaja mencoba mencari tahu siapa mereka, mengenai apa yang mereka semua, dan di mana mereka akan hidup. Mereka dihadapkan pada perubahan peran baru dan status dewasa. Remaja perlu diizinkan untuk mengeksplorasi jalan yang berbeda jalan yang berbeda untuk memperoleh identitas yang sehat.

Tugas perkembangan pada masa remaja menurut Hurlock (1980:209-213) menuntut perubahan besar yang dipusatkan pada penanggulangan sikap dan pola perilaku yang kekanak-kanakan untuk mempersiapkan diri menghadapi masa dewasa. Selain itu terdapat perubahan fisik dan keadaan kematangan emosi selama masa remaja. Salah satu tugas perkembangan yang sulit pada masa remaja

adalah penyesuaian diri dengan perubahan sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan hal baru yang dapat mempengaruhi dalam berteman, perubahan dalam berperilaku sosial, pengelompokan dan nilai-nilai baru dalam bersosial.

Dalam masa remaja, minat remaja mulai berkembang lebih matang dan meninggalkan minat kekanak-kanakan. Perubahan minat rekreasi remaja terjadi pada banyaknya rekreasi yang diikuti remaja, karena hal tersebut dapat sangat mempengaruhi derajat kepopulerannya. Selain minat rekreasi, banyak minat remaja yang semakin berkembang seperti halnya dalam minat sosial, minat pribadi mulai dari minat pada penampilan diri, minat pada pakaian, minat pada prestasi, minat pendidikan, minat pada pekerjaan dan minat pada agama (Hurlock, 1980:217-222)

Minat remaja yang semakin berkembang diikuti keinginan remaja yang semakin besar untuk memperbaiki kepribadian dengan harapan meningkatkan status mereka dalam kelompok sosial. Remaja ingin memperbaiki kepribadiannya karena mereka kini semakin menyadari bahwa sifat yang baik dan buruk mereka dinilai dan dibandingkan dengan teman-temannya.

Selama proses perkembangan penyesuaian diri remaja tidak selamanya akan berjalan mulus, terdapat rintangan, konsekuensi, dan bahaya yang umumnya terjadi ketika remaja tidak mampu menyesuaikan diri. Tanda-tanda bahaya yang umumnya dari ketidakmampuan penyesuaian diri remaja menurut Hurlock (1980:239) meliputi tidak bertanggung jawab dalam tugas seperti mengabaikan pelajaran untuk bersenang-senang, sikap yang sangat agresif dan sangat yakin pada diri sendiri, perasaan tidak aman yang membuat remaja mematuhi standar

kelompok, perasaan menyerah, terlalu banyak mengkhayal untuk memenuhi ketidakpuasan yang diperoleh dari kehidupan keseharian, berperilaku agar dapat diterima, disenangi dan diperhatikan oleh teman-temannya.

2.4 Instagram

Instagram pada awalnya dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger yang dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010. Instagram baru dirilis pada *Play Store* pada tanggal 3 April 2012 dan telah di *download* oleh lebih dari 1 Miliar pengunduh. Instagram dapat digunakan dalam 25 bahasa.

Instagram menurut (<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>) berasal dari kata “Insta atau Instan” yang seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal sebagai foto instan. Sedangkan “gram” berasal dari kata telegram yang cara kerjanya adalah untuk mengirim informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instagram adalah salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk mengirim informasi berupa foto maupun video yang ingin disampaikan dan dapat diterima dengan cepat.

Pengguna instagram di Indonesia berdasarkan informasi yang diperoleh dari (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>) yang dirilis pada 9 Februari 2018 menurut hasil survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite* dengan total pengguna instagram di dunia mencapai 800 juta pada januari 2018. Pengguna instagram di Indonesia berdasarkan hasil survei berjumlah kurang lebih 53 juta, hal ini menjadikan Indonesia berada pada urutan ketiga dari 10 negara dengan jumlah pengguna aktif instagram terbesar di dunia.

Instagram menyediakan berbagai fitur yang memfasilitasi penggunanya dalam berbagi momen. Fitur mengunggah foto dan video yang dapat diedit terlebih dahulu sebelum mengunggahnya serta kita juga dapat menambahkan lokasi, menandai akun lain, maupun menuliskan keterangan yang menarik pada foto dan video tersebut. Fitur berbagi cerita yang dibagikan dalam waktu 24jam, serta fitur siaran langsung yang merekam secara langsung kegiatan yang sedang kita lakukan.

Instagram memfasilitasi penggunanya untuk dapat mengikuti akun-akun instagram yang diinginkan, ataupun hanya untuk melihat-lihat isi dalam akun instagram orang lain untuk mengetahui foto ataupun video yang telah diunggah di akun tersebut hingga aktivitas yang orang tersebut lakukan yang telah dibagikan dalam unggahan cerita kesehariannya. Selain itu pengguna instagram juga dapat memberikan komentar dan suka pada foto ataupun video yang diunggah oleh akun instagram yang kita ikuti, kita juga dapat berbagi kepada akun instagram atau media sosial yang lain, menyimpan foto pada akun instagram kita yang hanya dapat kita sendiri yang mengetahui, hingga memberikan respon melalui DM (*Direct Message*) yang hanya dapat dibaca langsung oleh pemilik akun tersebut.

Instagram sebagai aplikasi media sosial memberikan kebebasan penggunanya untuk membagikan unggahan foto ataupun video tanpa batasan setiap harinya, pengguna dapat mengatur siapa yang dapat melihat profil, memberikan komentar pada unggahan, serta menyembunyikan unggahan yang diinginkan. Pengguna instagram dapat mengetahui jumlah dan orang yang menyukai maupun mengomentari setiap unggahannya di profil dan mengetahui

orang yang melihat unggahan dalam instastory.

Pada unggahan cerita keseharian atau *instastory* yang telah diunggah kini mengalami perkembangan yang sangat pesat, kini pengguna dapat berbagi pendapat secara langsung dengan orang yang membuka ceritanya dengan cara memberikan pendapat berupa teks maupun voting pada stiker yang telah dilampirkan. Selain itu, instastory yang dulunya hanya dapat tersimpan dalam waktu 1x24jam kini dapat disimpan sebagai *highlight* yang dapat dilihat kembali di lain lihat sewaktu-waktu oleh semua pegguan instagram.

Pengguna instagram dapat menggunakan akun pribadi instagramnya dan beralih sebagai akun bisnis yang dapat memberikan informasi lebih mendetail. Informasi yang diperoleh dari penggunaan akun bisnis adalah pengguna akun bisnis dapat mengetahui statistika jumlah pengikut, jumlah kiriman yang banyak disimpan orang, mengetahui waktu terbaik mengunggah foto ataupun video, menganalisa target market dan lain sebagainya. Hal inilah yang membuat instagram semakin diminati oleh penggunanya karena semakin banyaknya ruang fasilitas yang disediakan dan kesempatan pengguna memperoleh informasi atau *feedback* terbaik dari foto ataupun video yang telah mereka unggah.

2.5 Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Kecenderungan Narsistik pada Remaja Pengguna Instagram

Aplikasi media sosial saat ini tidak hanya menghubungkan kita dengan orang-orang terdekat kita saja, tetapi juga dapat menghubungkan kita dengan tokoh idola kita bahkan dengan orang yang tidak pernah kita kenal ataupun kita temui secara langsung dari berbagai belahan dunia. Salah satu aplikasi media

sosial yang terus berkembang dalam memperbarui fitur-fitur fasilitas pada aplikasinya adalah instagram. Instagram sebagai media sosial yang banyak digunakan saat ini, menyediakan berbagai fitur yang memfasilitasi penggunaanya dalam berbagi momen.

Pengguna aktif instagram saat ini banyak di dominasi oleh remaja. Masa remaja sebagai masa pencarian identitas membuat remaja harus menyesuaikan diri terhadap perubahan sosial. Remaja mencoba menyesuaikan diri untuk menemukan identitas dirinya dengan cara menempatkan tokoh idola sebagai tokoh ideal mereka, sehingga tidak heran jika banyak remaja yang menggunakan instagram untuk mengikuti tokoh idola mereka. Remaja melakukan berbagai cara agar tidak tertinggal tren yang berkembang sangat cepat melalui instagram, namun sayangnya banyak remaja yang kurang mampu mengendalikan dirinya dalam mengikuti tokoh idolanya.

Pengguna instagram berlomba-lomba mengunggah foto terbaiknya dengan berbagai pose maupun latar belakang lokasi yang menarik. Berbagai cara dilakukan remaja agar orang lain tertarik untuk mengikuti akun instagram mereka dengan menampilkan aktivitas atau kegiatan yang menimbulkan kesan menarik perhatian dari orang lain. Aktivitas atau kegiatan yang mereka lakukan tak jarang dilakukan hanya untuk mendapatkan pujian dan pengakuan, bahkan tak jarang secara langsung remaja tersebut meminta orang lain untuk menyukai atau mengomentari dengan komentar yang positif pada foto atau video yang telah diunggahnya.

Fenomena yang muncul seiring berkembangnya teknologi dan media sosial saat ini terjadi sering kita sebut dengan narsis. Kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada seseorang ditandai dengan orang tersebut memiliki perasaan berlebihan bahwa dirinya merupakan orang yang penting, unik, memiliki rasa bangga atau keyakinan berlebih terhadap dirinya, keinginan mendapatkan perhatian, keinginan mendapatkan pujian, memiliki ekspektasi yang berlebihan tanpa alasan, eksploitatif secara interpersonal, kurang berempati terhadap orang lain, merasa iri terhadap orang lain atau orang lain iri terhadapnya dan menunjukkan sikap arogan dan angkuh .

Kecenderungan gangguan kepribadian narsistik di instagram muncul diikuti dengan penggunaanya yang sering mengunggah kegiatan-kegiatan keseharian mereka untuk mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan yaitu eksistensi diri. Remaja sebagai masa mencari identitas diri yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya dan apa peranannya dalam masyarakat. Salah satu cara untuk menunjukan eksistensi dirinya sebagai individu adalah dengan menggunakan simbol status dalam bentuk mobil, pakaian, dan kepemilikan barang-barang bermerek lain yang mudah terlihat.

Ketika memasuki masa remaja terdapat perubahan minat pada kegiatan yang mereka sukai atau kuasai dengan baik, remaja mulai menyukai olahraga tontonan, senang berpergian jauh dari rumah selama liburan, menonton film, bersantai dan mengobrol bersama teman. Remaja saat ini telah banyak mengikuti perubahan tren masa kini seiring berkembangannya media sosial seperti instagram dengan cara berbagi berbagai aktivitas yang mereka habiskan untuk mengisi

waktu luang. Tak jarang kita temui remaja masih menggunakan seragam sekolah berada di pusat perbelanjaan, tempat makan, tempat wisata, kafe dan lain-lain yang tak lupa mengabadikan setiap momen mereka.

Menurut Nadzir, & Ingarianti (2015:582) remaja merupakan generasi yang paling mudah terpengaruh dengan perkembangan modernisasi yang berdampak pada perilaku remaja yang menjadi hedonis. Remaja tampak lebih tertarik menghabiskan waktu dan uang mereka untuk hal-hal yang bersifat materi dan kesenangan semata (Azizah, & Indrawati, 2015). Gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup untuk mencari kesenangan dan kebahagiaan untuk menghindari perasaan menyakitkan dengan cara menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, dan membeli sesuatu yang bermerek yang mereka inginkan (Wibawanto, 2016).

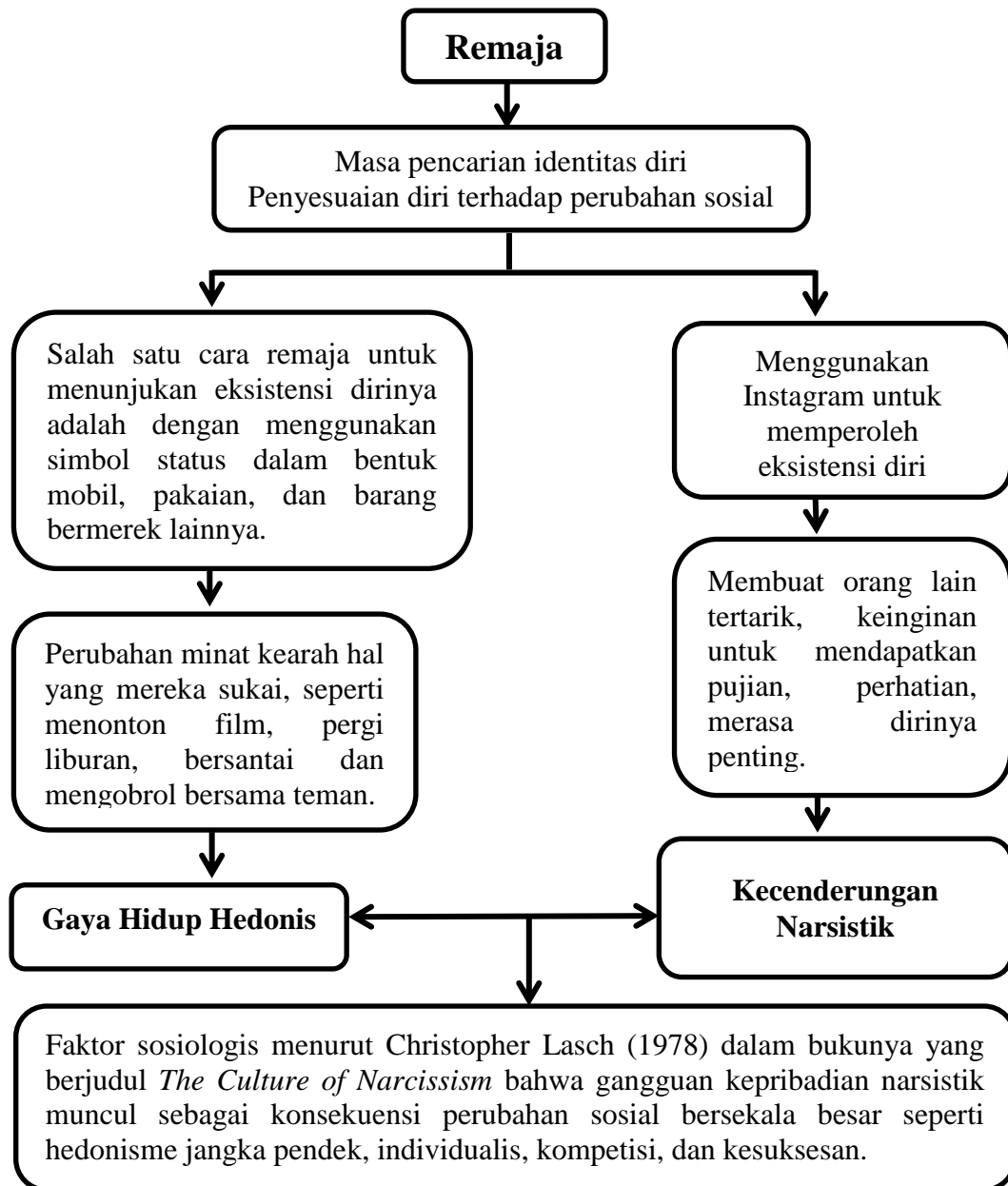
Pada hakikatnya semua orang sebenarnya memiliki gaya hidup hedonis yang membedakan adalah tingkatannya, hedonis sedang dan hedonis berat yang telah menganggap bahwa kesenangan adalah tujuan hidupnya (Rianton,2013). Gaya hidup hedonis adalah cara seseorang hidup dengan menghabiskan waktu dan uang untuk memperoleh kenikmatan, dorongan emosional dan kesenangan melalui perasaan sensai baru yang dapat memberikan pengalaman emosi, termasuk rasa cinta, benci, takut, sedih, marah dan muak.

Berdasarkan hasil *survey Markplus Insight* (dalam Riadhah, & Rachmatan, 2016) di Indonesia aktivitas konsumsi hedonis yang sering dilakukan adalah berbelanja produk online, mengunjungi tempat wisata, mencari hiburan, pergi keluar untuk nongkrong, dan membeli produk bermerek yang berkelas. Gaya

hidup hedonis bukan hanya dimiliki oleh remaja dengan status sosial ekonomi orang tuanya menengah keatas saja, akan tetapi remaja dengan status sosial ekonomi yang rendah juga karena beberapa diantara mereka rela tidak membelanjakan uang sakunya demi sesuatu yang mereka inginkan.

2.6 Kerangka Berpikir

Berdasarkan penjelasan hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan gangguan kepribadian narsistik pada remaja pengguna instagram diatas, dibawah ini adalah skema atau bagan dari kerangka berfiki penelitian ini :



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka berpikir yang telah disampaikan di atas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut: “Ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram.”

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram.
2. Tingkat kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram berada pada kategori sedang.
3. Tingkat gaya hidup hedonis pada remaja pengguna instagram berada pada kategori sedang.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil dan simpulan di atas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat untuk beberapa pihak. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai kecenderungan narsistik pada remaja pengguna instagram dapat lebih spesifik pada jenis kelamin, ataupun menghubungkan dengan variabel lain yang belum pernah diteliti.

2. Pengguna Instagram

pengguna instagram diharapkan agar lebih bijak dalam mengunggah sesuatu di instagram karena sebenarnya tidak semua hal perlu kita unggah di instagram agar orang lain mengetahuinya. Remaja hanya perlu menjadi diri sendiri dan melakukan hal sesuai dengan kemampuannya, tanpa harus memaksakan diri untuk mengikuti tren yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilang, A., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2014). Persepsi, Sikap, dan Motivasi Hedonisme terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online. *Jurnal EMBA Volume 2 No. 1 ISSN 2303-1174*, 561-570.
- Anshori, H., Arianti, R., & Rumaisa. (2016). Hubungan Minat Selfie terhadap Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik pada Siswa Siswi di SMPN 7 Kelas VII Banjarmasin. 1-16.
- Azizah, F. N., & Indrawati, E. S. (2015). Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati, Volume 4 No. 4*, 156-162.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bajari, A. (2016). Konstruksi Makna Narsistik dalam Media Sosial (Analisis Fenomenologi dan Deskripsi dalam Ruang Virtual Pengguna Path). *Prosending Seminar Nasional Komunikasi Publik dan Dinamika Masyarakat Lokal ISBN : 978-602-60465-0-5*, 64-77.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1303-1314.
- Cecillia, L. D. (2016). Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Siswa SMA Kristen 1 Salatiga yang Menggunakan Jejaring Sosial Instagram. *Tugas Akhir*, 1-32.
- CR, O. S. (2003). *Seks Para Pangeran : Tradisi dan Ritualisasi Hedonisme Jawa*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Davison, G. C., Neale, J. M., & Kring, A. M. (2010). *Psikologi Abnormal (Edisi Ke-9)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Durand, V. M., & Barlow, D. H. (2007). *Intisari Psikologi Abnormal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Tangerang: Binapura Aksara Publisher.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Hendratta, N. D., & Christianto, L. P. (2017). Ketertarikan Minat Selfie dengan Kepribadian Narsistik dan Harga Diri pada Remaja . *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi ISBN: 978-602-361-068-6*, 231-237.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jumantini, E. (2018). Pengaruh Modernitas Individu dan Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup pada Siswa SMK Bisnis dan Manajemen Terakreditasi Adi Kota Bandung. *Jurnal Equilibrium Volume 15*, 57-63.
- Kaplan, H. I., Sadock, B. J., & Grebb, J. A. (1997). *Sinopsis Psikiatri : Ilmu pengetahuan Perilaku (Psikiatri Klinis)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Levent's, & Linda. (2003). What Is Metroseksual Eaurosel. *New Delhi. Journal of International*.
- Liftiah. (2013). *Psikologi Abnormal*. Semarang: Widya Karya.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram . *Jurnal Visi Komunikasi Volume 16 No. 1*, 151-160.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking Volume 13, Number 4*, 357-364.
- Morrison, J. (2014). *DSM 5 Made Easy The Clinician's Guide to Diagnosis*. New York, London: The Guilford Press.
- Motter, E. H. (2009). Preliminary Study of the Narcissistic Personality Questionnaire. *Cleveland State University EngagedScholarship@CSU, ETD Archive*, 1-51.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan Psychology Forum UMM, ISBN: 978-979-796-324-8*, 582-594.

- Najib, M. A., Sugiarto, A., & Erawati, E. (2018). Swafoto Narsistik dan Harga Diri Remaja . *INSAN Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental Vol. 2, No. 2*, 103-110.
- Nazry, M. A., & Amri, A. (2018). Refleksi Fenomena Gaya Hidup Hedonis pada Akun Instagram (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 3 No. 3*.
- Nurwitasari. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Gaya Hidup Hedonisme pada Remaja. *Motiva Jurnal Psikologi Vol 1, No 1* , 16-21.
- Oltmanns, T. F., & Emery, R. E. (2013). *Psikologi Abnormal (Buku Kesatu)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Philip, O. (2007). Jangan Terlalu Dekat Narsisus. *Jurnal Psikologi 1*, 26-28.
- Pontania, A. R. (2016). Hubungan antara Konsep Diri dengan Gaya Hidup Hedonis pada Siswa SMA Negeri 4 Surakarta. *Naskah Publikasi : Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta* .
- Purwanti, P. A. (2015). Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Remaja Putri (Studi Kasus Komunitas Warung Bumi Ayu, Jalan Gunung Agung, Kota Denpasar). *HUMANIS Volume XXXVIII No. 1*.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology Volume 54 (5)* , 890-902.
- Ratih, I. A., & Astiti, D. P. (2016). Pengaruh Motivasi Hedonis dan Atmosfer Toko terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Putri di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana Volume 3 No. 2 ISSN: 2354 5607*, 209-219.
- Renanita, T. (2017). Kecenderungan Pembelian Impulsif Online Ditinjau dari Penjelajahan Website yang Bersifat Hedonis dan Jenis Kelamin pada Generasi Y. *Jurnal Indigenous, Volume 2 No. 1 e-ISSN: 2541450X*, 1-6.
- Riadhah, C. A., & Rachmatan, R. (2016). Perbedaan Konsumsi Hedonis pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala ditinjau dari Jenis Kelamin dan Asal Fakultas. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi Volume 3 No. 2 eISSN: 2502-2903, pISSN: 2356-3591 DOI: 10.15575/psy.v3i2.1109*, 179-190.
- Rianton. (2013). Hubungan antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa KAB. DHAMASRAYA di Yogyakarta. *Empathy Jurnal Fakultas Psikologi, Volume 2 No. 1*.

- Santrock, J. W. (2014). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Saputra, S., Lestari, R. D., Milasari, & Sholikhah, O. H. (2017). Analisis Karakter Remaja Gaul pada Hedonisme Vlog. *MEDIAPSI Volume 3 No. 1*, 26-33.
- Septika, L., Pitoewas, B., & Yanzi, H. (2014). Hubungan Masuknya Wisatawan Asing dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Pesisir Barat . *Jurnal Kultur Demokrasi Volume 2 No. 2*.
- Setiasih, F. I. (2015). Kebutuhan Remaja untuk Mengirim Foto atau Video di Instagram . *Jurnal Psikologi Ulayat Volume 2 No. 2*, 461-472.
- Simatupang, F. F. (2015). Fenomena Selfie (Self Portrait) di Instagram. *Jurnal FISIP Volume 2 No. 1*, 1-15.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan* . Bandung: Alfabeta.
- Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Konformitas Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Siswa di PL DON BOSKO Semarang. *Jurnal Empati, Volume 7 No. 2*, 314-320.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stres dan Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati, Volume 4 No. 4*, 32-37.
- Trimartati, N. (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan. *PSIKOPEDAGOGIA Volume 3 No. 1 ISSN: 2301-6167*, 20-28.
- Udo-Imeh, P. T. (2015). Influence of Personality on the Buying Behaviour of Undergraduate Students in Universities in Cross River State, Nigeria. *International Journal of Marketing Studies, Volume 7 No. 4 ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203*, 64-77.
- Vazire, S., Naumann, L. P., Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2008). Portrait of a Narcissist : Manifestations of Narcissism in Physical Appearance. *Journal of Research in Personality*, 1439-1447.
- Wibawanto, S. (2016). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian di Pasar Moderen (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen). *Fokus Bisnis, Volume 15 No. 1*, 54-71.
- Wickel, T. M. (2015). Narcissism and Social Networking Sites: The Act of Taking Selfies. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Volume 6 No. 1*, 5-12.

Yusi, D. A., Suntoro, I., & Nurmalisa, Y. (2017). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya terhadap Sikap Materialistis dan Sikap Hedonisme Remaja.

<https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia> , diunduh pada 20 Januari 2018, pukul 20.00 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> , diunduh pada 28 Februari 2018, pukul 15.00 WIB.

<https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89> , diunduh pada 20 Mei 2018, pukul 21.00 WIB.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> , diunduh pada 18 November 2018, pukul 19.30 WIB.