

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada masa pandemi *covid'19* melanda dunia sangat berdampak pada peningkatan pengguna internet. Peningkatan penggunaan internet dirasakan oleh masyarakat Indonesia yang diakibatkan karena seluruh aktivitas dilakukan secara *daring*. Meskipun pada saat pandemi mereda Peningkatan penggunaan internet ini tetap mengalami peningkatan, karena masyarakat telah terbiasa menggunakan internet dalam melakukan aktivitasnya. Dilansir dari CNBC Indonesia data yang didapatkan sebelum pandemi pengguna internet mencapai 175 juta. Selain itu terdapat data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta, sehingga terdapat peningkatan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia (dalam Dewi, 2022).

Pada masa pandemi *covid* yang terjadi pada tahun 2021 salah satu media sosial yang mengalami peningkatan yaitu aplikasi tiktok sebanyak tiga kali lipat pengguna. Saat ini pengguna Tiktok di Indonesia dihitung pada Juli mencapai angka 92,2 juta pengguna (suarabogor.id, 2021). Pada awal pandemi tepatnya April 2020, pengguna Tiktok hanya mencapai 37 juta pengguna. Data tersebut diambil dari Internal Data, April 2021, Id Audience. Dilansir dari Data Indonesia.id pada tahun 2022 pengguna tiktok di Indonesia berada di urutan kedua jumlah pengguna aktif terbesar di dunia. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* pengguna aktif tiktok di inonesia sebesar 99,1 juta pengguna.

Menurut laporan (Stephanie, 2021) terdapat 42% pengguna TikTok berasal dari kalangan muda (Generasi Z) dengan rentang usia 18-24 tahun. Hal ini juga selaras dengan data yang dilansir dari Hootsuite.com (Faradhita, 2021) setengah pengguna dari jumlah total pengguna tiktok

yaitu pengguna yang berusia 18 sampai 24 tahun sebesar 42%. Terdapat kategori usia detail pengguna aplikasi tiktok 13-17 tahun: 27%, 18-24 tahun: 42%, 25-34 tahun: 16%, 35-44 tahun: 8%, 45-54 tahun: 3%, 55 tahun ke atas: 4%. Selain itu berdasarkan jenis kelamin pengguna tiktok lebih didominasi oleh perempuan sebesar 60% sedangkan 40% pengguna yaitu laki-laki.

Aplikasi tiktok merupakan suatu hasil dari akuisi *ByteDance* yang berasal dari perusahaan media China yang mengakuisisi *Musical.ly*. Aplikasi tiktok juga disebut sebagai *Douyin* merupakan salah satu aplikasi jejaring sosial dan *platform music* video dari negara Tiongkok yang pertama kali diluncurkan pada bulan September tahun 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri aplikasi Toutiao (Utami, 2021). Pada awal Juli 2018 kementerian komunikasi dan informasi (kominfo) memboikot aplikasi tiktok di Indonesia karena belum memenuhi syarat yang ada di Indonesia namun tidak berselang lama aplikasi tiktok mendapatkan izin untuk beroperasi kembali. Di Indonesia pada tahun 2018 aplikasi tiktok mendapatkan stigma *alay* dari masyarakat sehingga kominfo sempat memblokir aplikasi tersebut. Namun saat pandemi covid-19 mulai menyebar aplikasi tiktok semakin populer dikalangan masyarakat untuk menghilangkan rasa jenuh (Sthepanie, 2021).

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang dimana para pengguna bisa berbagi video musik dengan durasi yang pendek. Aplikasi tiktok menyediakan untuk pengguna dapat membuat video dengan durasi yang pendek kurang dari 30 detik dengan memberikan *special effect* yang unik dan menarik serta adanya dukungan musik sehingga pengguna dapat melakukan performa beragam gaya ataupun tarian, selain itu pengguna dapat melakukan *dubbing* dan terdapat banyak fitur yang telah disediakan pada aplikasi tiktok (Susilowati, 2018). Pengguna aplikasi tiktok dapat mengakses dan menggunakan semua fitur yang disediakan dengan mudah sehingga banyak pengguna memilih menggunakan aplikasi tiktok.

Aplikasi tiktok banyak diminati oleh pengguna, dikarenakan fitur-fitur yang ada dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna baru. Tiktok juga memiliki perbedaan dengan media sosial lainnya yang menjadi daya tarik bagi penggunanya. Media sosial tiktok ini lebih kepada pembuatan konten grafik dibandingkan grafik sosial. Dilansir dari Mix.co.id (dalam Aruman, 2020) konten yang ada di aplikasi tiktok dapat dilihat pengguna lainnya tanpa *memfollow* akun atau lingkungan sosial penggunannya, sehingga media sosial tiktok merupakan *platform* terbuka yang membuat konten didalamnya dapat cepat untuk menyebar. Tiktok juga tidak memperhatikan jumlah *followersnya* seperti media sosial lainnya, karena tiktok lebih mengarah kepada konten yang sesuai dengan pengguna yang memiliki ketertarikan yang sama, sehingga pengguna yang menonton konten yang sama akan menjadi *followersnya*. Selain itu terdapat perbedaan media sosial tiktok dengan media sosial lainnya yaitu terletak pada tagar-tagar yang populer yang cenderung lebih menyukai kearah tantangan. Dilansir dari Duwitmu.com (Salma, 2022) Media sosial tiktok memiliki perbedaan dengan media sosial lainnya perbedaan tersebut yaitu terletak pada jenis konten untuk aplikasi tiktok lebih mengarah kepada konten pembuatan video serta untuk menunjukkan kreatifitas yang dimiliki, sedangkan media sosial lainnya lebih kepada konten pribadi serta yang dapat melihat konten hanya pengguna yang mengikuti akunya. Media sosial tiktok ini lebih tidak menganggap penting peristiwa terkini namun lebih kearah kepada individu yang menggunakan tiktok ini untuk mengekspresikan dirinya, untuk bersenang-senang dan menunjukkan kreatifitas yang dimiliki (Salma, 2022).

Aplikasi tiktok ini banyak digunakan ketika pandemi *Covid-19*, sebagai salah satu media hiburan, cara mengekspresikan kekesalan, mengeluarkan kreativitas, dan untuk menghabiskan waktu dirumah serta menjadi tempat untuk berolahraga dirumah. Konten yang ada didalam aplikasi tiktok ini mulai dari musik, video, visual, hingga *dance* didalamnya. Masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk tetap

berdiam diri didalam rumah sehingga pengguna tiktok membuat video tiktok sebagai penghilang rasa bosan (Utami, 2021). Akibat adanya peningkatan penggunaan media sosial terutama pada aplikasi tiktok terdapat dampak negatif dan positif (Puspita, 2020 & Arlina, 2021). Dampak positif yaitu dapat dijadikan media untuk berolahraga, branding diri, melatih kreatifitas, media hiburan, dan mengasah kreatifitas, sedangkan dampak negatif yaitu dapat menyita banyak waktu, mengorbankan suatu hal untuk FYP, menjadi narsis. Berdasarkan fenomena yang didapatkan oleh peneliti, peneliti menggunakan salah satu dampak negatif yang diakibatkan intensitas menggunakan tiktok yaitu menjadi narsis.

*Narsistik* berasal dari bahasa Yunani yaitu *Narcissus* yang memiliki arti kekaguman pada diri sendiri (Husni, 2019). Menurut Olive (Kusuma et al., 2019) narsistik merupakan suatu perasaan cinta pada dirinya sendiri secara berlebihan atau dapat juga diartikan sebagai perhatian yang sangat berlebihan pada dirinya sendiri. Sedangkan kepribadian merupakan ciri-ciri kepribadian yang didapatkan secara bawaan yang diperkuat dengan interaksi dengan lingkungannya. Sehingga dapat disimpulkan kepribadian narsistik merupakan ciri-ciri kepribadian terkait perasaan mencintai atau mengagumi diri sendiri secara berlebihan sehingga menganggap dirinya istimewa dibandingkan dengan orang lain, serta mereka merasa pantas mendapatkan pujian dan perhatian dari orang lain. Berikut terdapat ciri-ciri kepribadian narsistik menurut Campbell (Husni, 2019) yaitu memiliki konsep diri yang tidak stabil sehingga merasa dirinya merupakan orang yang baik dan sempurna dalam segala hal, selalu memikirkan dirinya sendiri serta tidak peduli dengan pendapat atau kritikan dari orang lain, merasa dirinya unik dan spesial, dan mempunyai hubungan interpersonal yang baik yang bertujuan untuk memanfaatkan hubungan kedekatannya.

Freud (dalam Sari,2021) menjelaskan bahwa perilaku narsistik itu muncul akibat dari adanya pola asuh kombinasi antara pujian orang tua

dan penolakan terhadap anak. Ketika anak diperlakukan dengan dimanja serta diberikan pujian yang berlebihan membuat anak semakin memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan ketika mendapatkan penolakan seperti perasaan diabaikan membuat individu sangat bergantung terhadap orang lain untuk penilaian atas dirinya. Sehingga dengan adanya perasaan bergantung terhadap penilaian orang lain membuat individu lebih ingin mendapatkan perhatian yang berlebihan dan rentan terhadap kritik atau saran dari orang lain. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut individu menggunakan media sosial sebagai sarannya. Dengan menggunakan media sosial individu dapat menunjukkan dirinya, mendapatkan perhatian, dan penilaian orang lain sesuai yang diharapkan. Oleh sebab itu individu lebih merasa senang melakukan aktivitas online dan menggunakan media sosial secara intens atau berlebihan. Hal ini sesuai dengan penelitian Sedikides (dalam Jazilah & Astuti, 2017) dan Mehdizadeh (dalam Hidayah et al., 2022) yang menyatakan bahwa Individu yang memiliki kepribadian narsistik cenderung tidak stabil dan selalu mengharapkan pengakuan serta perhatian dari orang lain dengan melakukan aktivitas online dan berusaha mempromosikan diri sendiri dengan membuat konten-konten yang dapat meningkatkan kepercayaan dirinya.

Pengguna sosial media tiktok pada umumnya menggunakan akun yang dimilikinya dengan sewajarnya sesuai dengan kegunaan dari tiktok itu sendiri. Pengguna tiktok mengunggah konten untuk mengabadikan momen-momen tertentu seperti untuk mengisi waktu kosongnya, mengasah ketrampilan dan kreatifitas yang dimiliki tanpa mengharapkan untuk selalu mendapatkan perhatian dan pujian terhadap pengguna lainnya seperti harus mendapatkan *like*, *viewers*, *followers* yang banyak. Namun terdapat hasil wawancara dari lima responden didapatkan pengguna tiktok sangat mengharapkan perhatian dan pujian dari pengguna lainnya dalam bentuk *viewers* yang banyak, *like*, *followers*, dan komentar yang positif. Pengguna tiktok akan melakukan apapun seperti menunjukkan bentuk tubuhnya yang menurutnya menarik, mempamerkan hal yang bersifat

privasi agar konten yang diunggahnya dapat *FYP* atau masuk dalam halaman rekomendasi. Pengguna tiktok akan selalu berusaha mempertahankan *image* dan popularitas yang dimilikinya agar terlihat baik bagi pengguna lainnya. Hal ini sesuai dengan pendapat pendapat Ardiani (dalam Rahmanita et al., 2015) bahwa individu pengguna media sosial yang memiliki kepribadian narsistik menganggap dirinya sangat penting dan unik serta sulit dalam menerima kritik dari orang lain, sering ambisius dan selalu mencari ketenaran. Berdasarkan penjelasan diatas sesuai dengan pengguna media sosial tiktok bahwa mengunggah konten sebagai ajang promosi dirinya dengan harapan mendapatkan perhatian atau popularitas dan pujian terhadap pengguna lainnya.

Menurut Ames, dkk (2006) mendefinisikan bahwa narsistik dianggap suatu hal yang penting dan kompleks dari suatu ciri-ciri kepribadian serta dapat meningkatkan rasa kemegahan atau rasa kebesaran dalam diri individu dan kebutuhan akan dikagumi. Ames dkk (2006) mengungkapkan bahwa terdapat tujuh aspek kepribadian narsistik, sedangkan hasil wawancara pada mahasiswa terdapat lima aspek yang sesuai dengan pengguna sosial media tiktok yaitu *Self-absorption/Self-admiration, Exhibitionism, Entitlement, Authority, dan Exploitativeness*.

Berdasarkan hasil wawancara Mahasiswa yang menggunakan aplikasi tiktok menunjukkan memiliki perasaan kagum pada dirinya sendiri dan merasa dirinya istimewa (*Self absorption*) hal ini ditunjukkan dengan mahasiswa merasa dirinya sangat populer dan sangat unik dibandingkan dengan orang lain karena dirinya menganggap memiliki kelebihan yang tidak dimiliki orang lain.

Hal tersebut membuat mahasiswa ingin menjadi pusat perhatian dan cenderung ingin pamer dengan kelebihan yang dimiliki (*Exhibitionism*) hal ini ditunjukkan mahasiswa mengunggah konten yang berbeda dengan pengguna lainnya seperti membuat variasi gerakan *dance* atau tarian, menunjukkan bentuk tubuh tertentu, dan mahasiswa sering menunjukan aktivitas yang dilakukan seperti sedang berlibur atau

mengunjungi tempat yang bagus. Mahasiswa juga sering mengunggah konten tentang isi pesan pribadinya yang dianggap menarik untuk pengguna lainnya.

Setelah mahasiswa mendapatkan perhatian dari pengguna lainnya, mahasiswa ingin mendapatkan penghargaan atau pujian dan diakui oleh pengguna lain (*Entitlement*) yang ditunjukkan mahasiswa merasa sangat senang dan bangga ketika mendapatkan komentar yang positif, *like* dan *viewers* yang banyak. Namun ketika mahasiswa mendapat komentar yang negatif maka akan balik menyerang karena merasa dirinya berhak dikagumi, populer, menarik dan memiliki ketrampilan atau bakat yang berbeda dengan pengguna lain.

Selanjutnya banyak pujian dan konten yang dibuatnya selalu masuk dalam halaman rekomendasi mahasiswa akan merasa lebih percaya diri sehingga merasa dirinya sangat berkuasa dan memiliki wewenang untuk mengatur orang lain (*authority*) hal ini ditunjukkan dengan mahasiswa yang sering meminta teman-temannya untuk membuat konten tiktok yang sesuai dengan kemauannya atau keinginannya karena mahasiswa merasa dirinya lebih mengetahui terkait konten yang bagus dan merasa dirinya populer dibandingkan dengan teman-teman yang lainnya.

Selain itu mahasiswa juga selalu memanfaatkan atau menggunakan orang lain untuk kepuasan dirinya sendiri (*exploitativeness*) yang ditunjukkan dengan mahasiswa selalu berusaha memanfaatkan teman-temannya yang memiliki *followers* yang banyak dan kontennya sering masuk dalam halaman rekomendasi (*FYP*) untuk membuat konten bersama dengan tujuan untuk mempromosikan diri sendiri dengan memberikan *tag* pada akun miliknya agar pengguna lain tertarik untuk mengikuti konten pribadinya. Dengan mendapatkan *followers* baru, serta mendapatkan *viewers* yang meningkat yang membuat mahasiswa merasa puas dengan dirinya sendiri.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya tentang kepribadian narsistik pada pengguna media sosial menunjukkan hasil yang bervariasi.

Rahayu (2018) menunjukkan tidak memiliki kecenderungan kepribadian narsistik pada pengguna instagram berada pada kriteria normal, sementara Rahman & Ilyas (2019) menunjukkan kategori cukup tinggi pada pengguna media sosial (instagram, whatsapp, dan facebook) yang berarti pengguna memiliki kecenderungan kepribadian narsistik, sedangkan Katkar (2021) pengguna media sosial (Whatsapp dan fecebook) memiliki kecenderungan kepribadian narsistik. Sehingga peneliti merasa perlu untuk membuktikan pengguna sosial media terutama pada pengguna tiktok memiliki kecenderungan kepribadian narsistik dengan kriteria kepribadian narsistik tinggi, ada kepribadian narsistik, normal, dan tidak ada kepribadian narsistik.

Urgensi pada penelitian ini ialah dapat memberi manfaat dan informasi kepada pengguna tiktok agar menggunakan tiktok dengan positif misalnya menggunakan sesuai fungsinya tanpa mengharapkan respon yang berlebihan terhadap orang lain sehingga tidak mengarah kepada ciri-ciri kepribadian narsistik yang dapat mengganggu aktivitas individu dan berdampak pada kesehatan mentalnya. Pengguna tiktok yang memiliki kecenderungan kepribadian narsistik akan berdampak buruk terkait hubungan sosialnya karena seringkali orang lain yang berada disekitarnya merasa tidak nyaman dengan perilaku yang dimilikinya sehingga menyebabkan pengguna tiktok mengalami kesulitan dalam melakukan penyesuaian diri dengan lingkungan sekitarnya. Selain itu, pengguna tiktok dengan kecenderungan kepribadian narsistik beresiko pada kesehatan mentalnya yang terganggu seperti mengalami depresi karena menaruh harapan yang berlebihan terhadap orang lain (Sari, 2021). Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin meneliti tentang “Gambaran Kecenderungan Kepribadian Narsistik Pengguna Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa”.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran kepribadian narsistik penggunaan aplikasi tiktok?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kepribadian narsistik pada pengguna aplikasi tiktok yang ditinjau dari klasifikasi pengkategorian kepribadian narsistik.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kepribadian narsistik dan memberikan sumbangan yang memperkaya kajian teori dan riset dalam bidang keilmuan psikologi, khususnya psikologi klinis dan abnormal.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi gambaran mengenai kepribadian narsistik pada penggunaan aplikasi tiktok, sehingga dapat mengetahui cara untuk memanfaatkan media sosial yang ada kearah positif yang nantinya tidak mengarah kepada kepribadian narsistik.

## **E. Keaslian Penelitian**

1. Skripsi yang disusun oleh Sri Triska Rahayu (2018) dengan judul “ Gambaran Narsistik Pengguna Jejaring Sosial Instagram”. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui gambaran kategori kepribadian narsistik pengguna jejaring sosial instagram. Subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember yang menggunakan instagram berjumlah 7393 mahasiswa aktif dengan

sampel sebanyak 332 mahasiswa. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan skala ukur yang digunakan yaitu Skala pengukuran narsistik NPI-16 yang disusun oleh Ames, dkk (2006) yang berjumlah 16 item. Skala kepribadian narsistik ini disusun berdasarkan aspek yang disusun oleh Ames, dkk. Hasil penelitian ini menunjukkan persentase 77.1% pada kategori normal yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa dalam kategori kepribadian non narsistik pada kriteria normal dengan artian dapat diasumsikan tidak memiliki kepribadian narsistik dalam menggunakan jejaring sosial instagram.

Perbedaan pada penelitian terdahulu yaitu terletak pada subjek penelitian, peneliti pada penelitian ini mahasiswa pengguna aplikasi tiktok dengan usia 18-24 tahun. Persamaan pada penelitian ini terletak di variabel yang digunakan yaitu Kepribadian Narsistik, teori dan alat ukur yang digunakan yaitu kepribadian narsistik oleh Ames, dkk (2006) dengan menggunakan alat ukur skala NPI-16.

2. Jurnal oleh Trisna Gustia Rahman, dan Asmidir Ilyas (2019) dengan judul “Perilaku Narsistik Pengguna Media Sosial di Kalangan Mahasiswa dan Implikasi dalam Layanan Bimbingan dan Konseling”. Tujuan pada penelitian ini untuk mendeskripsikan perilaku narsistik pengguna media sosial berdasarkan aspek yang digunakan. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa jurusan BK FIP UNP serta memiliki media sosial (instagram, fecebook, dan whatsapp) dengan jumlah sampel 256 dengan teknik *Stratified Random Sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan alat ukur skala prilaku narsistik yang terdiri dari 4 aspek yaitu (1) *need to be admired*, (2) *strong sense of self-important*, (3) *lack of insight into other people's feelings and needs*, dan (4) *envy of other's*. Jenis skala yang digunakan menggunakan skala likert dengan menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Hasil pada penelitian ini menunjukkan

bahwa tingkat perilaku narsistik pengguna media sosial pada umumnya berada pada kategori cukup tinggi dengan persentase 57% hal tersebut ditunjukkan bahwa individu yang memiliki perilaku narsistik ini membutuhkan seorang untuk mengagumi dirinya, individu merasa dirinya sebagai orang yang istimewa serta melebihkan bakat dan kemampuan yang dimilikinya, tidak memiliki rasa empati dengan orang lain, dan memiliki rasa iri dengan orang lain.

Perbedaan pada penelitian terdahulu terletak pada alat ukur serta teori yang digunakan, pada penelitian yang akan diteliti menggunakan teori yang lebih dapat mencakup individu yang memiliki kepribadian narsistik yaitu dengan menggunakan teori dari Ames,dkk (2006) dan menggunakan alat ukur psikologi yaitu NPI-16 yang memiliki 16 item. Subjek pada penelitian yang akan dilakukan difokuskan kepada mahasiswa yang menggunakan aplikasi tiktok. Persamaan pada penelitian terdahulu yaitu terletak pada variabel yang digunakan yaitu kepribadian narsistik.

3. Jurnal oleh Kimmy Katkar, Dian Wishnu Brata, dan Anna Dian Savitri (2021) dengan judul “*Narcissistic Behavior in Adolescent Social Media Users* (Perilaku Narsistik pada Remaja Pengguna Media Sosial)”. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui perilaku narsistik yang dimunculkan pada remaja pengguna media sosial. Sampel pada penelitian ini yaitu remaja berusia 16-20 tahun yang memiliki tiga akun media sosial yang berjumlah dua subjek. Metode pada penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi yang disusun sesuai dengan karakteristik narsisme dari DSM-V. Hasil pada penelitian ini menunjukan bahwa subjek memperlihatkan sesuai ciri-ciri narsistik seperti saja melebih-lebihkan kemampuan yang dimiliki, memiliki rasa iri terhadap orang lain atau menggap orang lain iri kepada dirinya. Subjek menggunakan media sosial berharap bahwa ingin menampilkan diri dengan sebaik

mungkin agar dapat menarik perhatian orang lain serta mendapatkan pujian dan pengakuan dari orang lain.

Perbedaan dengan penelitian terhdahulu yaitu pada sampel yang akan diteliti yaitu pengguna aplikasi tiktok dewasa awal dengan usia 18-24 tahun. Metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kuantitatif deskriptif. Alat ukur serta teori yang digunakan, pada penelitian yang akan diteliti menggunakan teori yang lebih dapat mencakup individu yang memiliki kepribadian narsistik yaitu dengan menggunakan teori dari Ames,dkk (2006) dan menggunakan alat ukur psikologi yaitu NPI-16 yang memiliki 16 item. Persamaan pada penelitian terdahulu terletak pada variabelnya yaitu kepribadian narsistik.

