

## UPDATE STATUS DAN NAMA FACEBOOK DENGAN PERILAKU NARSISTIK

Estalita Kelly

Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan

[E-mail: esta.kelly@yudharta.ac.id](mailto:esta.kelly@yudharta.ac.id)

### *Abstract*

*Progress increasingly sophisticated telecommunications makes almost everyone uses modern telecommunications facilities namely the internet. One of the sites that are on the internet is Facebook, which is much loved by people of all ages and is used to form a social network and get approval from people who are in their social circle. Facebook can also be used as a means to brag and show off the events experienced by someone who is characterized as narcissistic behavior. The purpose of this study was to determine the relationship between status updates and Facebook names with one's narcissistic behavior. The results of this study indicate a positive relationship between status updates with narcissistic behavior. While the name Facebook shows no relationship with narcissistic behavior.*

**Keywords:** *Narcissistic Behavior, Status Updates, Facebook Account*

### 1. PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan alat telekomunikasi semakin canggih. Semakin banyak orang menggunakan fasilitas telekomunikasi modern yakni internet. Media internet bisa digunakan sebagai alat komunikasi, baik di industri, bisnis, pendidikan, dan pergaulan sosial, sehingga manfaat internet sangat bisa diraskan. Situs-situs yang ada diinternet salah satunya adalah *facebook*, yang banyak digemari oleh orang-orang dari berbagai usia. Banyak orang-orang yang menggunakan *facebook* sebagai jejaringan sosial.

*Facebook* digunakan sebagai alat komunikasi dan sarana berinteraksi dengan orang-orang lain melalui dunia maya. Saat ini banyak remaja mengalami ketergantungan pada *facebook*. Biasanya *facebook* untuk membentuk suatu jejaring sosial dan mendapatkan persetujuan dari orang-orang yang berada dalam lingkarannya. Hal ini dilakukan cara memperluas kehidupan sosial dan memberikan komentar dan

opini terhadap topik-topik yang sedang marak pada masa kini. Para pengguna *facebook* memiliki kecenderungan mempunyai kelompok-kelompok yang unik dengan ciri-ciri yang tertentu.

Adapun ciri-ciri orang yang narsis pada deretan orang-orang berada di *Facebook* menggunakan bermacam-macam nama *facebook* dan selalu *update* status. Ada remaja-remaja yang setiap saat *mem-posting* status dan sangat sering *mem-posting* foto di-*facebook*. Saat melakukan *update* status biasa dimulai dari hal-hal serius dan dalam, hingga yang bersifat lawakan, foto binatang kesayangan hingga segala sesuatu yang dilakukan setiap saatnya. Beberapa pengguna *facebook* sering melakukan *update* status menunjukkan sifat kenarsisan yang lebih tinggi dibanding teman-temannya yang lebih jarang *meng-update* status di-*facebook*. Sementara itu, orang-orang dengan usia dewasa juga sering melakukan *update* status di media *facebook*.

Mereka biasa melakukan *posting* konten yang seolah merendahkan tapi sebenarnya ingin menyombongkan dirinya. Tanpa mereka sadari, sebenarnya mereka sedang menampakkan kecenderungan perilaku narsistik.

Perilaku narsistik saat ini sedang jadi fenomena yang hangat di masyarakat. Kecenderungan perilaku yang sering diidentikkan dengan kaum remaja ini ketergantungan terhadap dunia *facebook*. Hal tersebut sangat mudah dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan bukan tidak mungkin kita menjadi salah seorang diantaranya. Perilaku narsistik tidak sama dengan perasaan percaya diri. Orang percaya diri sadar akan kualitas dirinya, tidak mencari kenyamanan melalui pujian orang dan terbuka terhadap masukan dan kritikan. Orang yang narsistik memperoleh rasa percaya diri melalui dukungan, perhatian dan pengakuan dari orang lain.

Yustinus (2006), menyatakan bahwa perilaku narsisme merupakan perilaku dimana individu-individu cenderung mencintai dirinya secara berlebihan. Individu yang narsisme cenderung berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan penilaian yang tinggi atas dirinya (Campbell, dkk. 2004). Chatterje dan Hambrick (2006) mengatakan bahwa narsisme memiliki kebutuhan kuat atas pengakuan orang lain pada keunggulan yang dimiliki. Oleh karenanya, orang dengan perilaku narsistik selalu berupaya menciptakan *image* yang positif bagi dirinya agar memunculkan rasa optimisme dan keyakinan bagi dirinya. Orang dengan perilaku narsistik juga seolah tampak memiliki perasaan bahwa dirinya sangat penting. Walaupun masih belum jelas penyebabnya dan menjadi lebih terang-terangan terlihat pada individu ketika menghadap orang lain dan meng-*update* status.

Perilaku narsistik dalam psikologi dapat digolongkan sebagai gangguan kepribadian. Rathus dan Nevid (2000), mengemukakan

bahwa orang *narsistik* memandang diri sendiri secara berlebihan berlebihan. Seseorang dengan sikap narsistik merasa terlalu percaya diri. Namun, rasa percaya diri itu sebagai kompensasi karena mereka tidak memperoleh kepuasan. Mereka cenderung untuk mendapatkan perhatian dengan bersikap secara berlebihan. Kepribadian narsistik ini merupakan gangguan kepribadian dimana seseorang tampak seolah memiliki kepercayaan diri sangat tinggi dan keinginan yang tinggi untuk dikagumi.

Widiger & Bornstein (2001), menyatakan bahwa individu dengan gangguan narsistik menunjukkan suatu perasaan yang berlebihan terhadap kepentingan pribadi, keinginan besar untuk dikagumi orang lain namun kurang bisa berempati terhadap perasaan orang lain. Perilaku narsistik merupakan gangguan yang dengan pola meliputi rasa kebesaran dalam fantasi dan perilaku seseorang yang membutuhkan pujian disertai dengan kurangnya empati (Ronningstan, 1999). Orang-orang ini secara ekstrem menilai diri sendiri "tinggi", bahkan membesar-besarkan kemampuan mereka yang riil dan merasa bahwa dirinya berbeda dengan orang lain sehingga pantas mendapat perlakuan khusus.

Kemajuan teknologi seperti media internet dan *facebook* pada saat ini menjadi alat berkomunikasi dan bersosialisasi yang dapat digunakan untuk mencari perhatian dan memperoleh pengakuan orang lain dengan cara meng-*update status*. Menurut KBBI (2008) *update* status seseorang untuk menunjukkan sesuatu hal yang sedang dilakukan. Melalui status, seseorang juga dapat memberikan komentar status sosial dari teman-temannya di-*facebook* (Setiawan, 2009).

Nama *facebook* merupakan data diri dari orang yang memiliki *facebook* (KBBI, 2008). Sedangkan profil adalah halaman web yang bisa dilihat oleh orang lain yang menjadi anggota guna melihat profil seseorang. Melalui profil seseorang akan diperoleh gambaran diri pemilik profil tersebut dan hal-

hal yang disukai oleh pemilik (Hendrayono, 2009).

Senada dengan Rathus dan Nevid (2000), bahwa orang dengan pribadi *narsistik* memandang diri mereka secara berlebihan. Dari penjelasan tersebut banyak orang yang menggunakan *facebook* sebagai sarana untuk mempromosikan dirinya kepada orang-orang yang mempunyai *facebook*. Karena itu mereka suka memasang foto atau men *g-update* status dan menggunakan nama profil yang menarik untuk membuat orang lain terpesona. Orang yang narsistik akan menampilkan diri agar terlihat menarik hati dan merasa orang yang hebat. Mereka cenderung mencari keuntungan dengan memanfaatkan orang lain sehingga tidak jarang melukai orang lain maupun diri sendiri. Orang narsistik mempromosikan dirinya dengan menggunakan *facebook* dalam relasi sosial dengan orang lain.

Lebih lanjut Rathus dan Nevid (2000) mengemukakan bahwa orang narsistik senang untuk menyombongkan dirinya dengan harapan orang lain akan memberikan pujian. Melalui berbagai status yang di *update* dan mem *posting* foto-foto mereka bertujuan agar foto-foto tersebut dapat dilihat oleh orang banyak dan mendapat komentar suka atau *like* dari para pengguna *facebook*. Mereka juga mengharapkan untuk mendapatkan pujian dari teman-temannya di *facebook* sehingga merasa bahwa dirinya yang paling utama dari orang lain.

Papu (2002) mengemukakan bahwa orang yang narsistik lama kelamaan akan yang disebut dengan gangguan kepribadian narsistik. Gangguan kepribadian ini ditandai dengan adanya perasaan superior bahwa dirinya paling mampu, paling penting, paling unik, sangat menarik untuk dikagumi dan dipuja-puja, angkuh dan selalu merasa dirinya layak untuk diperlakukan secara berbeda berbeda dari orang lain serta kurang memiliki empati. Orang narsistik merasa bahwa semua orang memperhatikan

tentang peng *update*-an statusnya dan foto-foto yang telah dipostingnya. Mereka merasa bahwa profil miliknya sangat menarik dan dikagumi oleh teman-teman di *facebook*. Chatterje dan Hambrick (2006) menyatakan bahwa narsisme memiliki suatu kebutuhan yang kuat adanya penegasan dari orang lain atas keunggulan yang dimiliki. Oleh karenanya, orang yang narsis cenderung berupaya untuk menciptakan *image* positif bagi dirinya, dimana hal ini akan menimbulkan rasa optimisme dan keyakinan yang kuat bagi dirinya. Mereka yakin bahwa semua orang tentu menyukai perilakunya yang ditunjukkan melalui dunia maya dan merasa bahwa teman-teman di *facebook* menyukai status yang di *update*, serta akun profil pribadinya.

Mehdizadeh (2010) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara tingkat kenarsisan yang teridentifikasi melalui hasil tes dengan tingkat keseringan mereka mengecek dan melihat akun *facebook* mereka. Berdasarkan paparan diatas penelitian mempunyai tujuan untuk menyelidiki hubungan *update* status dan nama *facebook* dengan perilaku narsistik.

## 2. METODE PENELITIAN

### Subyek Penelitian

Partisipan pada penelitian ini sebanyak 100 remaja yang memiliki *facebook*. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Karakteristik subyek pada penelitian ini adalah para remaja yang punya *facebook*, sering men *update* status dan mengganti nama *facebook*.

### Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala perilaku narsistik. Skala perilaku narsistik dengan 3 alternatif jawaban yaitu skor 2 untuk jawaban “setuju”, skor 1 untuk jawaban “netral” dan skor 2 untuk jawaban “tidak

setuju” pada pernyataan tidak favorabel. Dari uji skala perilaku narsistik diperoleh 23 item dengan koefisien validitas skala perilaku narsistik berkisar antara 0,309 – 0,587 dan reliabilitas sebesar 0,848. Menurut Azwar (2009) bahwa bahwa koefisien yang lebih besar dari 0,30 dapat dinyatakan valid.

Untuk mengungkap *update status* memakai skala rating, dengan penyekoran sebagai berikut, jika *update status* dalam waktu 1 minggu skor 2, *update status* dalam waktu 1 bulan skor 1, dan *update status* dalam waktu lebih dari 1 bulan skor 0.

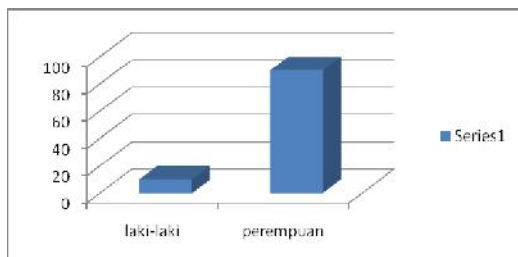
Nama facebook didapat menggunakan skala rating dengan skoring sebagai berikut, skor 2 bila menggunakan nama yang lain sebagai nama *facebook*, skor 1 bila menggunakan nama lain dan nama asli sebagai nama *facebook*, dan skor 0 bila menggunakan nama asli sebagai nama *facebook*.

### Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu analisis regresi berganda, yaitu untuk melihat hubungan *update status* dan nama facebook dengan perilaku narsistik.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Data Sampel Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 1. Grafik deskripsi narsistik dilihat dari jenis kelamin

Berdasarkan gambar di atas dapat ditunjukkan bahwa partisipan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pengguna *facebook* yang terdiri dari 90 (90%) orang berjenis kelamin

perempuan dan 10 orang (10%) dengan jenis kelamin laki-laki.

### 2. Data Sampel Penelitian Berdasarkan Tingkat Narsistik dari Subjek Penelitian

Tabel 1. Subjek penelitian berdasarkan tingkat narsistik

Kategori	Jumlah
sekali Tinggi	63%
Tinggi	6%
Sedang	28%
Rendah	3%
Jumlah	100%

Dari tabel 1 menunjukkan kategori subjek pengguna facebook sebanyak 63 orang (63%) pada kategori tingkat narsistik sangat tinggi, sebanyak 6 (6%) orang pada kategori tingkat narsistik tinggi, sebanyak 28 (28%) orang pada kategori tingkat narsistik sedang, sedangkan sebanyak 3 (3%) pada kategori tingkat narsistik rendah.

### 3. Hasil Perhitungan Koefisien korelasi

Tabel 2. Hasil Perhitungan Korelasi

Korelasi r	R <sup>2</sup> %	r <sub>table</sub> 5%	r <sub>table</sub> 1%	Ket.	
	X <sub>1</sub> Y	0,225	5,07		0,195
X <sub>2</sub> Y	0,016	0,3	0,195	0,256	non sig.

Berdasarkan tabel 2. ditunjukkan bahwa  $r_{X_1Y}$  sebesar 0,225 dengan  $r_{table5\%}$  sebesar 0,195 dan  $r_{table1\%}$  sebesar 0,256 dan maka  $0,195 < 0,225 < 0,256$ , hal ini menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara *update status*

dengan perilaku narsistik. Dengan demikian, semakin sering seseorang meng-update statusnya maka semakin narsistik seseorang itu. Sebaliknya, semakin kurang sering seseorang meng-update status, semakin kurang narsistik seseorang tersebut. Maka hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara perilaku narsistik dengan *update* status diterima pada taraf signifikansi 5%.

Sedangkan koefisien korelasi  $r_{x_2y}$  sebesar 0,016 dengan  $r_{tabel5\%}$  sebesar 0,195 maka menunjukkan  $0,016 < 0,195$  atau lebih kecil dari  $r_{tabel5\%}$  dengan demikian menunjukkan korelasi yang non-signifikan antara nama *facebook*. Dengan demikian semakin sering seseorang mengganti nama *facebook*, maka perilaku narsistik seseorang makin tinggi atau juga makin rendah. Sebaliknya, semakin jarang seseorang mengganti nama *facebook*, perilaku narsistiknya seseorang mungkin bisa makin rendah atau juga makin tinggi.

#### 4. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Dua Prediktor

Tabel 3. Ringkasan analisis regresi dua prediktor

Sumber variasi	Db	Jk	Rk	F <sub>reg</sub>	F <sub>tabel 5%</sub>
Regresi (reg)	2	132.45	66.23	2.588*	3.0
Residu (res)	97	2482.14	25.59	-	-
Total (T)	99	2614.59	-	-	-

Dari table 3 menunjukkan bahwa hasil  $F_{reg}$  sebesar 2,588 dengan  $F_{tabel5\%}$  sebesar 3,00 maka  $2,588 < 3,00$ , dengan demikian menunjukkan bahwa secara bersama-sama *update* status dan nama *facebook* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan

perilaku narsistik. Sehingga dapat dikatakan bahwa *updates* status dan nama *facebook* relative kecil dalam meramalkan perilaku narsistik. Hal ini dapat ditunjukkan dengan sumbangan relative *update* status sebesar 5,07% dan nama *facebook* sebesar 0,3 % dalam meramalkan perilaku narsistik.

#### Pembahasan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa secara bersama-sama tidak ada hubungan antara *update* status dan nama *facebook* dengan perilaku narsistik. Namun bila dilihat secara parsial menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara *update* status dengan perilaku narsistik. Semakin sering seseorang melakukan *update* status semakin narsistik perilaku orang tersebut, sebaliknya semakin kurang sering seseorang melakukan *update* status maka semakin kurang narsistik perilaku seseorang tersebut.

Hasil ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Champbell (2004) bahwa narsisme merupakan sikap yang dimiliki individu untuk mempertahankan dan menaikkan penilaian yang tinggi pada dirinya. Perilaku narsistik ini merupakan kelainan dalam diri seseorang yang mencintai dirinya secara berlebihan. Perilaku narsistik ini juga ditandai oleh beberapa sifat spesifik, yaitu suka memamerkan diri, menyombongkan diri, merasa super, dan cenderung memanfaatkan orang lain. Hasil ini juga didukung oleh Chatterje dan Hambrick (2006) yang mengemukakan bahwa seseorang yang berperilaku narsisme sebenarnya memiliki kebutuhan yang kuat untuk mendapatkan penegasan dari orang lain atas keunggulan yang dimiliki. Oleh karena itu, orang yang berperilaku narsis cenderung berupaya untuk menciptakan kesan positif atas dirinya dimana hal ini akan memunculkan rasa optimisme dan keyakinan yang kuat atas apa yang akan diperolehnya dari perilakunya. Orang yang mengalami gangguan narsistik ini secara

luar menampakkan perasaan yang luar biasa bahwa dirinya adalah penting. Namun dengan penyebab yang belum jelas dan menjadi terlihat jelas ketika menghadapi orang lain dan melakukan update status.

Penelitian ini menunjukkan sebagaimana dikemukakan oleh Rathus dan Nevid (2000), orang yang *narsistik* akan memandang dirinya secara berlebihan. Mereka cenderung suka menyombongkan dirinya dan mengharapkan orang lain akan memberikan pujian kepada dirinya. Untuk memperoleh pujian seseorang akan melakukan update status agar dapat memamerkan dirinya.

Namun dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya korelasi antara nama *facebook* dengan perilaku narsistik. Oleh karena itu, nama *facebook* yang digunakan seseorang secara relative tidak meramalkan terjadinya perilaku narsistik pada seseorang. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *update* status dan nama *facebook* memiliki kemampuan yang relative kecil untuk meramalkan perilaku narsistik.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kristanto (2008), bahwa seseorang melakukan *update* status disebabkan oleh adanya kecanduan akan *facebook* atau terkena firus *facebook*, ketika seseorang mengalami kesepian atau hanya karena seseorang ingin mengembangkan kreativitasnya saja. Hal ini ditunjukkan dengan selalu merubah nama *facebook* karena untuk mengalihkan rasa kesepian, sedang menganggur dan merasa bosan. Alasan lain yang membuat orang-orang untuk melakukan *update* status dan merubah nama *facebook* oleh karena sibuk, untuk keperluan politik, bermain game, untuk mengatasi kebosanan, untuk memberikan pendapat, kehilangan sesuatu, kematian atau merasa kesedihan, menyuarakan pendapat, menyukai suatu kutipan favorit, atau bahkan sedang terjebak oleh *facebook* (Kristanto, 2012).

Menurut Maslow dalam Alwisol, (2007), orang men *g-update* status dan mengganti nama *facebook* karena dorongan keinginan saja dan tanpa alasan yang jelas, ingin mengungkapkan perasaan, dan ingin menceritakan suatu kejadian yang dilaminya, karena *facebook* memang menyediakan ruang bagi para penggunanya untuk menulis segala sesuatu secara bebas yang ingin diungkapkan oleh orang. Sedangkan menurut Muntaha (2013), orang mengganti nama *facebook* yang bermacam-macam berbeda dengan nama aslinya karena menunjukkan kesukaannya, sok misterius, kurang percaya diri dan *low profile*.

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, yaitu ada hubungan positif antara update status dengan perilaku narsistik. Namun, nama *facebook* tidak menunjukkan hubungan dengan perilaku narsistik. Secara bersama-sama *update status* dan nama *facebook* tidak berhubungan dengan perilaku narsistik. Walaupun update status menunjukkan hubungan dengan perilaku narsistik, namun *update* status hanya menunjukkan 5,062% dalam meramalkan perilaku narsistik. Sebesar 94,062% perilaku narsistik berhubungan dengan faktor-faktor lainnya.

Implikasi penelitian ini bagi orang-orang yang saat ini sangat kecanduan gadget diharapkan hasil penelitian ini dijadikan acuan dan tambahan informasi bagi para pengguna *facebook*, agar tidak selalu melakukan pembaharuan status yang justru akan mencerminkan perilaku narsistik, namun sebagai gantinya lebih menggunakan *facebook* untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi yang positif guna pengembangan kepribadian.

Di harapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian yang sejenis dengan memperluas ruang lingkup penelitian. Bagi penelitian selanjutnya dapat memperhatikan faktor-faktor lain

yang dapat digunakan untuk meramalkan perilaku narsistik.

## 5. REFERENSI

- Akwis. 2007. *Psikologi kepribadian*. Malang: UMM.
- Amalia, P. 2008. Analisis faktor pendorong ketertarikan pada situs friendster. *Skripsi*, tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, S. 2011. *Tes prestasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, S. 2012. *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bufardi, L. dan Campbell, K. 2008. Narcissism and social networking web sites. *Journal of Personality And Social Psychology*, 34 (10). 1303-1314.
- Campbell, W. K., A. S. Goodie, dan J. D. Foster. 2004. Narcissism, confidence, and risk attitude. *Journal of Behavioral Decision Making*, 17: 297-311.
- Chatterjee, A. dan Hambrick, D.C. 2006. *Effect of narcissism on company strategy and performance*. University park: the Pennsylvania State University.
- Damayanti, M. 2010. Keindahan versus narsisme dalam undangan pernikahan. *Jurnal Komunikasi Visual*, Fakultas Seni dan Desain. Vol 12, No.1
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi ke-4. Jakarta: Balai Pustaka
- Kelly, E. 2007. *Diktat statistik II*. Pasuruan: tidak diterbitkan. Untuk kalangan sendiri.
- Freud, S. 1914. *On Narcissism: An introduction*. Diunduh pada tanggal 22 November 2013.
- Hendrayono. T. 2009. *Facebook*. Yogyakarta: b.first.
- Jejaring Sosial. 2014. <http://www.lampungonline.com/2012/12/10-alasan-orang-update-status-facebook.html>. Diakses pada tanggal 5 juni 2014
- Kistanto, S. 2012. Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna Facebook. *Jurnal Social And Industrial*.
- Latipun. 2006. *Psikologi eksperimen*. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nevid, J., Rathus, S. dan Greene, B. 2003. *Abnormal Psychology in A Changing World* (5<sup>th</sup> ed), Tim Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Nurawlia. 2009. *Gangguan kepribadian narsistik*. [nurawlia.wordpress.com](http://nurawlia.wordpress.com), 21 November 2009. Diunduh pada tanggal 22 November 2013.
- Semium, Y. 2006. *Teori kepribadian dan Teori Psikoanalitik Freud*. Yogyakarta: Kanisius.
- Setiawan. D. 2009. *Panduan Praktis Mengoptimalkan Facebook*. Jakarta: mediakita
- Spencer, A. Rathus dan Jeffrey S. Nevid. 2000. *Abnormal psychology*. Prentice Hall.
- Sumanto. 1995. *Metodologi penelitian sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. 2006. *Social psychology* (12<sup>th</sup> ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

