

**HUBUNGAN *SELF ESTEEM* DENGAN KECENDERUNGAN NARSISTIK
PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL *TIK-TOK*
DI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI



Vina Anjarsari

NIM. 17410188

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2021

**HUBUNGAN *SELF ESTEEM* DENGAN KECENDERUNGAN NARSISTIK
PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL *TIK-TOK*
DI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
Gelas Sarjana Psikologi (S.Psi)

oleh

Vina Anjarsari

NIM. 17410188

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN *SELF ESTEEM* DENGAN KECENDERUNGAN NARSISTIK
PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL *TIK-TOK*
DI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI

Oleh

Vina Anjarsari

NIM. 17410188

Telah disetujui oleh,
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Iin Tri Rahayu, M. Si, Psi.
NIP. 19720718 199903 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M. Si.
NIP. 19671029 199403 2001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HUBUNGAN *SELF ESTEEM* DENGAN KECENDERUNGAN NARSISTIK
PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL *TIK-TOK*
DI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal, 07 Juli 2021

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



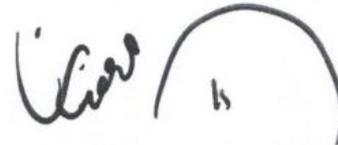
Dr. Iin Tri Rahayu, M. Si, Psi.
NIP. 19720718 199903 2 001

Anggota Penguji Lain
Ketua Penguji



Drs. Zainul Arifin, M. Ag.
NIP. 19650606 199403 1 003

Penguji Utama



Dr. Mohammad Mahpur, M. Si.
NIP. 19760505 200501 2 003

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal 07 Juli 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M. Si.
NIP. 19671029 199403 2001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vina Anjarsari

NIM : 17410188

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa penelitian yang peneliti buat dengan judul "**Hubungan *Self Esteem* Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial *Tik-Tok* Di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**" adalah benar-benar hasil penelitian sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar peneliti bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, 20 Juni 2021
Peneliti



Vina Anjarsari
NIM. 17410188

MOTTO

*Jangan berusaha untuk menjadi orang yang sukses, akan tetapi berusahalah
untuk menjadi orang yang bernilai.*

-Albert Einstein-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Alamin

Tiada henti peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan anugerah serta kesempatan untuk bisa menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian ini peneliti persembahkan untuk :

H. Muchammad Munir dan Hj. Kusnah Madmumah, kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan perhatian, semangat, motivasi, serta do'a yang tiada hentinya kepada penulis di setiap perjalanan penulis dan terkhusus untuk menyelesaikan penelitian ini.

Untuk saudara peneliti, Bayu Kryswanto dan Fina Dwi Yuliana. Terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Kepada teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih telah banyak membantu peneliti, serta memberikan dukungan dan motivasi selama ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam senantiasa peneliti panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa dinantikan syafaatnya kelak di hari kiamat.

Penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang turut terlibat dalam pembuatannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. M. Jamaluddin Ma'mun M.Si. selaku Ketua Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si.Psi selaku dosen pembimbing skripsi dan guru yang memotivasi, terimakasih ibu sudah memberikan bimbingan, ilmu, pengarahan, serta pengalaman yang luar biasa dan bermanfaat sehingga peneliti mampu melewati proses yang sulit ini.
5. Segenap civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan seluruh dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Abah dan Umik tersayang yang senantiasa memberikan do'a, perhatian, dukungan motivasi dan *finiancial*, serta kasih sayang yang tak terhingga.
7. Teman-teman Fakultas Psikologi angkatan 2017 yang sama-sama sedang berjuang untuk masa depan.
8. Untuk teman-temanku Bilqis, Ulil, Hilda, Safri, Rizky, Dinda, dan Safira terimakasih banyak atas bantuan, do'a, dan semangat yang kalian berikan.

Terimakasih juga sudah menemaniku selama di malang dan mau direpotkan ketika lagi membutuhkan.

9. Untuk sahabatku dari maba dan se-UKM Nauroh Nazifah, terimakasih banyak atas *support*, saran dan motivasi yang luar biasa, sudah mau mendengarkan keluh kesahku, dan selalu ada disaat aku dalam keadaan suka maupun duka.
10. Untuk teman-temanku dari SMA, Fidha, Novi, Erinda, Umaroh, Lilik, Radina, Ghea, Riana, Sahda, terimakasih sudah turut membantu, memberikan dukungan, semangat dan do'a selama ini.
11. Untuk Kharina dan Arinda, sahabatku dari SMP terimakasih atas rasa sayang, dukungan, canda tawa, dan perhatian yang selama ini kalian berikan kepada saya. Terimakasih sudah mau direpotkan dan kalian selalu memberikan energi positif bagi saya dan sekitar.
12. Seluruh crew Simfoni FM yang mengajarkan banyak hal yang tidak bisa saya dapatkan di bangku perkuliahan dan DKD XVIII orang-orang baru yang sudah saya anggap seperti keluarga sendiri.
13. Dan semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per-satu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari banyaknya kekurangan pada penulisan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga tulisan sederhana ini dapat bermanfaat baik kepada peneliti maupun kepada pembaca.

Malang, 20 Juni 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
مستخلص البحث.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. <i>Self Esteem</i>	13
1. Pengertian <i>Self Esteem</i>	13

2. Karakteristik <i>Self Esteem</i>	13
3. Faktor-Faktor <i>Self Esteem</i>	13
4. Aspek-Aspek <i>Self Esteem</i>	13
B. Kecenderungan Narsistik.....	19
1. Pengertian Kecenderungan Narsistik.....	19
2. Karakteristik Kecenderungan Narsistik	21
3. Faktor-Faktor Kecenderungan Narsistik.....	23
4. Aspek-Aspek Kecenderungan Narsistik.....	25
C. <i>Self Esteem</i> dalam Perspektif Islam.....	27
D. Hubungan <i>Self Esteem</i> dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial <i>Tik-Tok</i>	39
E. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	42
B. Identifikasi Variabel Penelitian	42
C. Definisi Operasional	43
D. Populasi dan Sampel.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Instrumen Penelitian.....	46
G. Alat Ukur Penelitian	47
1. Skala <i>Self Esteem</i>	48
2. Skala Kecenderungan Narsistik	50
H. Validitas dan Reliabilitas.....	52
I. Analisis Data Penelitian	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Latar Belakang Subjek	61
B. Hasil Pengukuran Variabel X	64
1. Uji Reliabilitas	64
2. Uji Asumsi	64
3. Analisis Deskriptif	66
C. Hasil Pengukuran Variabel Y	68
1. Uji Reliabilitas	68
2. Uji Asumsi	69
3. Analisis Deskriptif	70
D. Hasil Uji Hipotesis	72
E. Pembahasan.....	73
1. Tingkat <i>Self Esteem</i> Mahasiswa Pengguna Media Sosial <i>Tik-Tok</i>	73
2. Tingkat Kecenderungan Narsistik Mahasiswa Pengguna Media Sosial <i>Tik-Tok</i>	75
3. Hubungan Antara <i>Self Esteem</i> Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial <i>Tik-Tok</i>	77
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Komponen <i>Self Esteem</i>	30
Tabel 2.2 Peta Konsep Psikologi tentang <i>Self Esteem</i>	31
Tabel 2.3 Analisis Makna Mu'frodath tentang <i>Self Esteem</i>	34
Tabel 2.4 Analisis Komponen Teks Islam tentang <i>Self Esteem</i>	36
Tabel 2.5 Peta Konsep Islam tentang <i>Self Esteem</i>	37
Tabel 3.1 Gambaran Populasi Penelitian	44
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	47
Tabel 3.3 Blue Print Skala <i>Self Esteem</i>	49
Tabel 3.4 Blue Print Skala Kecenderungan Narsistik.....	51
Tabel 3.5 Daftar Ahli dan Jadwal CVR	53
Tabel 3.6 Hasil CVR Skala <i>Self Esteem</i>	54
Tabel 3.7 Hasil CVR Skala Kecenderungan Narsistik.....	55
Tabel 3.8 Rumus Kategorisasi	59
Tabel 4.1 Jumlah Sampel Masing-Masing Angkatan	63
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Skala <i>Self Esteem</i>	64
Tabel 4.3 Uji Normalitas Skala <i>Self Esteem</i>	65
Tabel 4.4 Uji Linearitas Skala <i>Self Esteem</i>	65
Tabel 4.5 Deskripsi Skor Hipotetik <i>Self Esteem</i>	66
Tabel 4.6 Kategorisasi Tingkat <i>Self Esteem</i>	67
Tabel 4.7 Kategorisasi Skor <i>Self Esteem</i>	67
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Skala Kecenderungan Narsistik.....	68
Tabel 4.9 Uji Normalitas Skala Kecenderungan Narsistik	69
Tabel 4.10 Uji Linearitas Skala Kecenderungan Narsistik	69
Tabel 4.11 Deskripsi Skor Hipotetik Kecenderungan Narsistik	70

Tabel 4.12 Kategorisasi Tingkat Kecenderungan Narsistik	71
Tabel 4.13 Kategorisasi Skor Kecenderungan Narsistik	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	43
---------------------------------------	----

DAFTAR DIAGRAM

Gambar 4.1 Diagram Kategorisasi <i>Self Esteem</i>	68
--	----

Gambar 4.2 Diagram Kategorisasi Kecenderungan Narsistik	72
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Konsultasi Skripsi.....	88
Lampiran 2 Skala Penelitian	89
Lampiran 3 Keseluruhan Skor Aitem Variabel <i>Self Esteem</i>	94
Lampiran 4 Keseluruhan Skor Aitem Variabel Kecenderungan Narsistik	99
Lampiran 5 Kategorisasi <i>Self Esteem</i> dan Kecenderungan Narsistik	105
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas <i>Self Esreem</i>	109
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Kecenderungan Narsistik.....	111
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	112
Lampiran 9 Hasil Uji Linearitas.....	113
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	115

ABSTRAK

Anjarsari, Vina (2021). Hubungan *Self Esteem* Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial *Tik-Tok* Di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi. Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si.Psi

Kata Kunci : *Self Esteem*, Kecenderungan Narsistik, *Tik-Tok*

Tik-Tok adalah platform sosial video yang digunakan oleh kalangan mahasiswa sebagai media untuk promosi diri mengenai kelebihan, keunikan, serta kecantikan yang dimiliki dirinya secara berlebihan atau yang biasa dikenal dengan istilah narsisme. Adapun salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku narsistik adalah *self esteem*. Maka dari itu peneliti akan menguji bagaimana tingkat *self esteem* pengguna media sosial *tik-tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, bagaimana tingkat kecenderungan narsistik pengguna media sosial *tik-tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan apakah ada hubungan antara *self esteem* dan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *Tik-Tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *self esteem* pengguna media sosial *tik-tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, tingkat kecenderungan narsistik pengguna media sosial *tik-tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan membuktikan hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik mahasiswa pengguna media sosial *tik-tok* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017-2020 dengan jumlah 125 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *pearson product moment* yang dibantu dengan menggunakan aplikasi (*SPSS*) versi 16 for Windows.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat *self esteem* mahasiswa pengguna *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori tinggi dengan presentase 96,8%. Sedangkan untuk tingkat kecenderungan narsistik mahasiswa pengguna *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang dengan presentase 60% dari total responden secara keseluruhan. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik dengan nilai r_{xy} sebesar 0,485 dan (p) 0,000.

ABSTRACT

Anjarsari, Vina (2021). The Correlation between Self Esteem and Narcissistic Tendency in Tik-Tok Social Media Users at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Thesis. Department of Psychology, Faculty of Psychology, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Advisor : Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si.Psi

Keywords : Self Esteem, Narcissistic Tendency, Tik-Tok

Tik-Tok is a video social platform that is used by students as a medium for self-promotion about the advantages, uniqueness, and beauty that they possess in excess or commonly known as narcissism. One of the factors that influence narcissistic behavior is self-esteem. Therefore, researchers will examine how the level of self-esteem of tik-tok social media users in UIN Maulana Malik Ibrahim Malang students, how the level of narcissistic tendencies of tik-tok social media users in UIN Maulana Malik Ibrahim Malang students, and is there any The relationship between self-esteem and narcissistic tendencies of Tik-Tok social media users in students of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

This study aims to determine the level of self-esteem of tik-tok social media users in UIN Maulana Malik Ibrahim Malang students, the level of narcissistic tendencies of tik-tok social media users in UIN Maulana Malik Ibrahim Malang students, and prove the relationship between self-esteem and narcissistic tendencies of student users. tik-tok social media at Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

This research is a correlational quantitative research. The subjects in this study were students who used tik-tok at UIN Maulana Malik Ibrahim Marang class 2017-2020 with a total of 125 people. The data collection technique in this research is purposive sampling technique. Data analysis in this study used the Pearson product moment correlation analysis technique which was assisted by using the application (SPSS) version 16 for Windows.

The results of the analysis show that the level of self-esteem of students using tik-tok at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang is in the high category with a percentage of 96.8%. Meanwhile, the level of narcissistic tendencies of students using tik-tok at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang is in the moderate category with a percentage of 60% of the total respondents as a whole. The results of the correlation analysis show that there is a positive correlation between self-esteem and narcissistic tendencies with an r_{xy} value of 0.485 and (p) 0.000.

مستخلص البحث

أبحاسري، فينا. 2021. العلاقة بين احترام الذات والميل النرجسي في مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك (Tik Tok) في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج. بحث جامعي. قسم علم النفس، كلية علم النفس، جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج.

مشرفة : الدكتورة إين تري راهايو، الماجستير

الكلمات الأساسية: احترام الذات، الميل النرجسي، تيك توك

تيك توك هي عبارة عن منصة اجتماعية للفيديو يستخدمها الطلاب كوسيلة للترويج الذاتي حول المزايا والتفرد والجمال التي يمتلكونها بشكل زائد أو المعروف باسم النرجسية. أحد العوامل التي تؤثر على السلوك النرجسي هو احترام الذات. لذلك، ستقوم الباحثة بفحص مستوى احترام الذات لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك في طلاب جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج، وكيفية مستوى الميول النرجسية لمستخدمي تيك توك في طلاب جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج، و ما إذا كانت هناك علاقة بين احترام الذات والميول النرجسية لمستخدمي تيك توك في طلاب جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج.

تهدف هذه الدراسة لمعرفة مستوى تقدير الذات لمستخدمي تيك توك في طلاب جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج، ومستوى الميول النرجسية لمستخدمي تيك توك في طلاب جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج، وإثبات العلاقة بين احترام الذات والميول النرجسية للمستخدمين تيك توك لطلاب في جامعة مولانا مالك إبراهيم الحكومية الإسلامية ملانج.

هذا البحث هو بحث كمي مترابط. كان الأشخاص ذوي الخبرة كمواضيع بحثية في هذه الدراسة من الطلاب الذين استخدموا تيك توك في فقة عام 2017-2020 في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج بإجمالي 125 شخصًا. تقنية جمع البيانات باستخدام تقنية أخذ العينات هادفة. استخدم تحليل البيانات تقنية تحليل الارتباط اللحظي لمنتج Pearson والتي تم مساعدتها باستخدام تطبيق (SPSS) الإصدار 16 لنظام التشغيل Windows.

تظهر نتائج التحليل أن مستوى تقدير الذات لدى الطلاب الذين يستخدمون تيك توك في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج في فقة عالية بنسبة 96,8%. وفي الوقت نفسه، فإن مستوى الميول النرجسية للطلاب الذين يستخدمون تيك توك في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم ملانج يقع في الفقة المتوسطة بنسبة 60% من إجمالي المستجيبين ككل. تظهر نتائج تحليل الارتباط أن هناك علاقة إيجابية بين احترام الذات والميول النرجسية بقيمة $r_{xy} = 0,485$ و $(p) = 0,000$.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat signifikan, sehingga memberikan pengaruh yang besar bagi masyarakat di dunia, termasuk Indonesia (Dewi & Ibrahim, 2019). Hal itu bisa dilihat dengan munculnya internet di kalangan masyarakat, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, hingga dewasa guna memenuhi kebutuhan masing-masing individu (Maulina, 2017). Seseorang dapat mengakses seluruh informasi dengan mudah kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan jaringan internet yang sangat luas. Berdasarkan riset *platform* media sosial *Hootsuite* dan *We Are Social*, pada tahun 2020 Indonesia menduduki peringkat ke delapan di dunia dengan jumlah pengguna mencapai 175,4 juta orang. Peningkatan jumlah pengguna internet tiap tahunnya yang secara signifikan dilatarbelakangi oleh perkembangan *new media* (Camelia, 2020). Kehadiran *new media* membawa dampak yang luar biasa bagi masyarakat, seperti memudahkan dalam hal berkomunikasi.

Benkler (dalam Zadrian & Indah, 2007) mengemukakan terbentuknya pengembangan konten dan inovasi di bidang internet telah membuka kesempatan pada media sosial untuk menciptakan inovasi baru. Media sosial merupakan wilayah baru pada pemakaian internet yang lebih banyak diminati oleh para pengguna internet di seluruh dunia (Dewi & Ibrahim, 2019). Dengan hadirnya media sosial, manusia dimudahkan dalam pemenuhan akan kebutuhan bersosialisasi dengan individu lainnya (Maulina, 2017). Kondisi ini membuat media sosial menjadi salah satu *platform* yang terus menyediakan konten-konten menarik di internet dengan daya tampung cukup besar dan terus berkembang dikarenakan tingginya intensitas antar pengguna yang aktif dalam melakukan interaksi di dalamnya (Asch, dkk dalam Zadrian & Indah, 2017).

Media sosial merupakan suatu media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi secara virtual dengan seseorang yang jaraknya jauh maupun dekat, serta dapat mengakses segala informasi baik dapat berupa tulisan, gambar, maupun video. Media sosial memberikan fasilitas kepada penggunanya agar bisa berinteraksi serta membagikan segala informasi kepada pengguna lainnya dengan mudah (Ratri, 2018). Terdapat berbagai jenis media sosial yang sering digunakan hingga saat ini yaitu seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Line*, *Tik-Tok*, dan lain sebagainya. Salah satu jenis media sosial yaitu *Tik-Tok*, yang merupakan aplikasi paling populer saat ini. *Tik-Tok* pertama kali diciptakan oleh seorang lulusan *Software Engineering* dari Universitas Nankai, Zhang Yiming. Pada September 2016 *Tik-Tok* resmi diluncurkan. Aplikasi tersebut memberikan kebebasan untuk para penggunanya dalam membuat konten video dengan kreativitas masing-masing. Berdasarkan laporan *Tik-Tok*, pengguna aktif *Tik-Tok* hingga Juli sudah mencapai 689,7 juta pengguna. *Tik-Tok* juga melaporkan aplikasi tersebut sudah diunduh sebanyak 2 miliar lebih secara global, serta pertumbuhan pengguna mendekati 800% sejak Januari 2018 (CNBC Indonesia, diakses 25 Agustus 2020).

Aplikasi *Tik-Tok* adalah platform sosial video yang menawarkan bagi para penggunanya untuk tampil eksis dan bisa dikenal banyak orang dalam waktu singkat. Tak hanya itu, *Tik-Tok* juga menyuguhkan berbagai konten hiburan berbasis video yang bersifat lebih bebas, lucu dan menarik. *Tik Tok* merupakan aplikasi yang memberikan *special effect* yang khas dan memukau yang dapat digunakan dengan mudah oleh para pengguna dalam membuat video yang menarik dan keren serta dapat diekspose ke pengguna lainnya (Sitorus, 2018). Setiap pengguna *Tik-Tok* memiliki alasan maupun motif tersendiri dalam memilih dan menggunakan aplikasi *Tik-Tok*. Hal inilah yang membuat aplikasi ini banyak diminati dan memberikan rasa puas bagi penggunanya. Dalam Rahmawati (2018) penggunaan aplikasi *Tik-Tok* didasarkan oleh beberapa motif diantaranya motif hiburan, sebagai pengisi waktu senggang, serta alat untuk mengekspresikan diri dan alat promosi.

Menurut Utomo (2003), motif yang paling tinggi pengguna media sosial adalah selalu *up to date* dengan tujuan ingin menunjukkan keberadaannya. Individu selalu merasa bahwa setiap aktivitas yang dilakukan perlu untuk didokumentasikan serta dipublikasikan ke media sosial. Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna terbanyak nomor dua yaitu sekitar 8,5 persen (Liputan 6, diakses 06 Agustus 2020). Aplikasi ini banyak diminati dikarenakan berbagai *fiture* yang disuguhkan bisa menyesuaikan para pengguna yang diantaranya *user friendly* dan komunikatif.

Fenomena *Tik-Tok* nyatanya telah menjamur di kalangan masyarakat Indonesia. Tak hanya terjadi pada di kota-kota besar saja, bahkan hampir di seluruh daerah Indonesia fenomena ini sudah menjadi *tren*. Fenomena masyarakat di Indonesia dalam menggunakan *Tik-Tok* menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Mereka berlomba-lomba membangun identitas diri demi mendapatkan citra yang diinginkan, seperti rasa ingin dipuji serta dikenal oleh banyak orang. Tak sedikit para pengguna bermain *Tik-Tok* bertujuan untuk membuat dirinya terkenal atau *viral* dengan konten-konten video yang ia buat. Para kreator *Tik-Tok* berusaha menunjukkan totalitas dalam membuat konten, mulai dari kreatifitas, keunikan, serta media yang digunakan untuk menunjang konten tersebut. Jika dilihat dari fenomena yang ada, mayoritas pengguna aplikasi *Tik-Tok* di Indonesia banyak didominasi oleh generasi Y & Z yang mana merupakan remaja dengan rentan usia 14-24 tahun (Sindonews, diakses 11 Februari 2020). Para remaja dan para dewasa awal menggunakan media sosial bertujuan menjadikan sebagai alat penghubung kepribadian untuk menunjukkan keberadaan mereka kepada dunia luar meliputi siapa dirinya sebenarnya, dengan siapa dirinya memiliki pemikiran yang sama, dan apa yang mereka pedulikan (Riyanita & Supradewi, 2020).

Dampak media sosial nampaknya juga dirasakan oleh remaja akhir khususnya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan individu berusia remaja yang dalam memasuki masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa awal (Nurdiana, 2018). Pada masa ini individu akan mengalami

perkembangan dalam mencapai kematangan fisik, mental, sosial, dan emosional (Ali&Asrori, 2004). Menurut Setiawan (2016), mahasiswa tentunya mengalami banyak kebutuhan serta permasalahan yang diantaranya yaitu kebutuhan jasmani, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan untuk dicintai, kebutuhan akan harga diri yang tinggi, kebutuhan informasi, serta kebutuhan akan aktualisasi diri. Setiawan (2016) menambahkan bahwasannya masalah yang dihadapi oleh mahasiswa seperti penyesuaian diri, interaksi sosial, kematangan emosi, serta kepercayaan diri akan berdampak pada manifestasi perilaku. Hal ini berdampak pada tingginya intensitas penggunaan media sosial para remaja dan mahasiswa dengan tujuan membentuk *personal branding*. Tak terkecuali pada mahasiswa yang ikut dalam *euforia Tik-Tok*. Peneliti menemukan adanya fenomena kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna *Tik-Tok* dari hasil presurvey pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang diketahui bahwa banyak mahasiswa yang mempunyai media sosial *TikTok* dan beberapa diantaranya merupakan pengguna aktif. Pada hasil presurvey mengungkapkan bahwasannya penampilan yang menarik serta kualitas video yang apik menjadi sebuah parameter dalam pembuatan konten video dengan tujuan mendapatkan apresiasi dari orang lain sebagai penonton sehingga memberikan rasa kepuasan tersendiri. Tidak hanya itu, *Tik-Tok* juga dijadikan sebagai media untuk promosi diri mengenai kelebihan, keunikan, serta kecantikan yang dimiliki dirinya. *Tik-Tok* digunakan oleh kalangan mahasiswa untuk mengekspresikan diri atau yang biasa dikenal dengan istilah narsisme.

Menurut Lam (2012), perilaku narsistik berasal dari konsep kepercayaan diri. Kepercayaan diri dapat diwujudkan melalui perilaku seperti menjadi individu yang unik, menarik, kreatif, serta memiliki potensi yang lebih dari yang lain. Aplikasi *Tik-Tok* dapat membantu meningkatkan rasa percaya diri dengan sering membuat video dan menguploadnya, sehingga mendapat pujian serta sanjungan dari orang lain (Salsabila, 2020). Dalam hal ini perilaku tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku narsisme, yang berarti individu

memiliki perhatian lebih terhadap diri sendiri dan memiliki kebutuhan untuk dipuja serta ingin diakui oleh orang lain. Pada realitanya, individu terutama yang sedang berada di usia remaja selalu mementingkan penampilan yang prima dan menarik di sosial media guna meningkatkan kepercayaan diri mereka. Segala upaya dikorbankan demi mempertahankan dirinya, seperti rela mengorbankan kondisi keuangan (Haikal, 2018). Individu dengan kecenderungan narsistik selain gemar memotret dirinya sendiri lalu mengunggah ke media sosial, akan tetapi juga senang membanggakan dirinya kepada orang lain (Jennifer, dalam Widiyanti 2017).

Kecenderungan narsistik merupakan cinta diri dimana individu lebih mementingkan dirinya sendiri secara berlebihan, selalu menganggap dirinya sebagai paling pandai, paling bernilai, paling hebat dan paling segalanya (Chaplin, 2009). Individu yang memiliki kecenderungan narsistik memanfaatkan hubungan sosial untuk mencari popularitas, serta selalu tertarik dengan hal-hal yang membuat diri sendiri merasa senang (Mehdizadeh, 2010). Menurut Mitchel (dalam Dhianty 2016), salah satu ciri dari kecenderungan narsistik adalah adanya hasrat untuk dikagumi dan dipuja. Manusia yang baru dilahirkan sebenarnya sudah memiliki sifat narsistik. Sifat narsistik dalam jumlah yang cukup akan memicu seseorang memiliki persepsi yang proporsional antara kebutuhannya dalam hubungannya dengan orang lain (Morrison, 2000). Narsistik mempunyai peran yang positif dalam pengertian melazimkan seseorang untuk berhenti bergantung pada parameter dan prestasi orang lain demi menciptakan kepuasan dan kebahagiaan dirinya sendiri (Tanjung, 2018). Namun, apabila kuantitas yang berlebihan dapat menimbulkan suatu kelainan kepribadian bersifat patologis yang disebut *Narcissistic Personality Disorder* (NPD) atau gangguan narsistik. Individu dengan kepribadian narsistik kerap membagikan segala aktivitas yang dilakukannya ke media sosial, seperti dia sedang berada dimana, bersama dengan siapa, mengunggah foto atau video makanan, barang-barang bermerek dan sebagainya. Selain itu penampilan yang menarik juga menjadi *point*

penting, seperti gaya berpakaian, *make up*, model rambut dan sebagainya. Mereka menganggap bahwa dengan mengunggah kegiatannya di sosial media serta berpenampilan yang menarik, semua orang akan tahu bahwa dirinya unik dan spesial sehingga pantas untuk dipuji dan berhak diperlakukan secara istimewa. Pada mulanya narsistik kerap dipandang ramah dan memukau, akan tetapi lama-kelamaan keberpusatan pada dirinya seringkali menimbulkan konflik dengan orang lain (R. Elliya & A Rahma, 2020). Perilaku narsistik dapat menimbulkan seseorang menjadi kurang bersikap peduli terhadap orang lain (Myers, 2010).

Menurut Clarke (dalam Apriliani, 2015) salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku narsistik adalah *self esteem*. *Self esteem* memiliki peran penting dalam membantu proses perkembangan seseorang menjadi dewasa yang matang, dikarenakan itu akan mempengaruhi individu dalam menjalani hidup, sikap menerima terhadap diri sendiri, dan upaya individu dalam menjalin interaksi dengan orang lain serta bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. *Self esteem* merupakan salah satu aspek kepribadian yang menentukan seseorang dalam berperilaku di lingkungan sekitarnya. Sebagian besar orang dengan tingkat *self esteem* yang tinggi mempunyai nilai akan performa individual dan hubungan dengan orang lain. Menurut Coopersmith (dalam Chadijah, 2013), *self esteem* dianggap sebagai hasil evaluasi personal, bagaimana sikap individu dalam menerima, menolak, dan indikasi kepercayaan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan serta keberhargaan menurut standar nilai pribadinya.

Menurut Coopersmith (dalam Chadijah, 2013), terdapat tiga karakteristik *self esteem* diantaranya yaitu *self esteem* tinggi, sedang dan rendah. Individu dengan *self esteem* tinggi akan memandang dirinya sebagai orang yang berharga, mampu menghargai orang lain, sanggup mengendalikan dirinya terhadap dunia luar, serta dapat menerima kritikan dan penilaian dari orang lain. Individu dengan *self esteem* rendah akan memandang dirinya sebagai orang yang tidak berharga, merasa kurang mendapatkan perhatian dari orang lain,

serta sulit menerima kritikan dari orang lain. Sedangkan individu dengan *self esteem* sedang memiliki ciri-ciri diantara *self esteem* tinggi dan *self esteem* rendah.

Individu dengan kecenderungan narsisme mempunyai *self esteem* lemah. Individu yang memiliki kepribadian narsisme membutuhkan apresiasi dan penghargaan dari orang lain untuk menaikkan *self esteem* nya (Adi & Yudiati 2009). Menurut Herry Cleme & Reynold Beaan dalam (Hermivia, Yulidar & Marjohan, 2014) *self esteem* yang rendah akan tercermin dari perilaku, jika pola karakteristik harga diri yang rendah terus berkembang, hal itu akan menjadi sebuah kebiasaan yang sukar dihilangkan. Selanjutnya, Nevid (dalam Apriliani, 2015) memaparkan orang yang menampilkan perilaku narsisme suka memamerkan bagaimana pandangan orang lain tentang kelebihan dan keunikan yang dimilikinya. Hal ini dilakukan ketika individu yang narsis merasa harga dirinya rendah ketika menerima kritikan yang mengoreksi kebiasaan dan pola pikirnya, dan individu memiliki kebutuhan akan perhatian yang terus-menerus. Beck, dkk. (Halgin & Whitbourne, 2010: 103) juga beropini bahwa individu dengan kecenderungan narsistik yang cukup tinggi merupakan pribadi yang kurang mampu dalam beradaptasi, serta berasumsi bahwa mereka adalah orang istimewa dan pantas untuk diperlakukan lebih dan berbeda dari individu lainnya. Individu dengan kepribadian narsis mempunyai kebutuhan untuk mendapat apresiasi dan penghargaan demi terbentuknya *self esteem*. Inilah alasan mengapa seseorang menggunakan media sosial sauntuk memenuhi kebutuhan tersebut. Secara tidak langsung perilaku narsistik memperlihatkan seberapa tinggi tingkat *self esteem* yang dimiliki oleh seseorang (Hendrata & Christiano, 2017). *Self esteem* sangat penting untuk menunjang perkembangan individu menjadi pribadi yang cukup matang dan dewasa.

Durand dan Barlow (2007) mengemukakan bahwa individu yang memiliki tingkat perilaku narsistik tinggi cenderung memanfaatkan kondisi lingkungan sekitar maupun individu lain untuk memenuhi hasrat kemauan pribadi, serta kurang menunjukkan rasa empati terhadap lingkungan sekitar dan

individu lainnya. Dalam hal ini perilaku narsistik berkaitan erat dengan sifat berupa melebih-lebihkan kompetensi yang dimiliki, mempercayai bahwa dirinya unik, istimewa, tidak terkalahkan, memiliki fantasi akan kesuksesan, kecantikan atau ketampanan, memiliki hasrat untuk dipuja atau dikagumi, merasa bahwa dirinya pantas untuk diperlakukan istimewa, kurangnya rasa empat, memanfaatkan suatu hubungan ataupun pencapaian yang ada (APA, 2012). Sejalan dengan pendapat Davision, Clarke (dalam Apriliani, 2015) mengungkapkan bahwa orang dengan *sense of self* (rasa diri) yang tinggi digunakan sebagai kompensasi *self esteem* yang rendah. Individu yang memiliki *self esteem* yang tinggi memiliki kesadaran untuk menerima serta memahami dirinya sendiri sebagaimana adanya. Sedangkan individu dengan *self esteem* yang rendah tidak bisa menerima dirinya apa adanya dan cenderung menutupi segala kekurangan yang dimilikinya, sehingga cenderung untuk meminta pujian serta perhatian dari orang lain. Hal inilah yang menekankan bahwa perilaku narsistik sesungguhnya sangatlah merugikan.

Hal tersebut relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibowo dan Silaen (2018) yang berjudul Hubungan *Self Esteem* dan Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Perilaku Narsisme di Kalangan Siswa Kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya. Penelitian ini menggunakan skala *Likert*, dimana instrumen penelitian tersebut terdiri dari tiga skala *Likert* yang difokuskan melalui skala *self esteem* dengan 25 butir aitem ($\alpha=0,908$), skala penggunaan media sosial instagram dengan 18 butir aitem ($\alpha=0,873$), dan skala perilaku narsisme dengan 32 butir aitem ($\alpha=0,985$) yang diberikan kepada 139 siswa kelas VIII. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang relevan antara *self esteem* dan penggunaan media sosial instagram dengan perilaku narsisme pada siswa SMP. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat *self esteem* negatif yang dimiliki siswa dan semakin tinggi intensitas penggunaan aplikasi media sosial instagram, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku narsisme yang dimiliki oleh siswa. Penelitian lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Elliya dan Rahma

(2020) yang berjudul Hubungan Harga Diri dengan Gejala Narsistik pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Malahayati. Penelitian ini dilakukan pada 290 mahasiswa kedokteran angkatan 2015-2018 dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan skala yang digunakan adalah skala *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) dan *Rosenberg's Self Esteem Scale* (RSES). Hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis univariat mengungkapkan bahwa sebanyak 160 responden memiliki gejala perilaku narsistik, dan 133 responden memiliki tingkat harga diri rendah. Sedangkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis bivariat mengungkapkan bahwa dari 133 responden dengan tingkat harga diri rendah, terdapat 88 responden memiliki kecenderungan narsistik. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa individu dengan tingkat harga diri yang tinggi cenderung memiliki tingkat perilaku narsistik yang rendah, dikarenakan individu dengan tingkat harga diri yang tinggi cenderung mampu dan mudah menerima serta menghargai akan kelebihan, kekurangan, dan kemampuan yang dimiliki tanpa orang lain harus mengetahuinya serta tidak menginginkan pengakuan maupun pujian dari orang lain atas apa yang dimilikinya.

Menurut Clarke (2014) ada banyak alasan yang melatarbelakangi kecenderungan narsistik yaitu harga diri, depresi dan superego. Alifiah (2014) mengungkapkan bahwa remaja menggunakan jejaring sosial dilatarbelakangi oleh beberapa alasan yaitu sarana menjalin pertemanan, sarana menunjukkan identitas diri, sarana untuk tampil eksis, serta sarana menjalin komunikasi dengan orang lain. Hal ini relevan dengan yang diungkapkan Santi (2017) yaitu perilaku narsisme pada remaja dipengaruhi oleh jumlah teman yang ada dalam portal media sosial. Semakin banyak frekuensi teman yang mereka miliki maka semakin meningkat perilaku narsisme di kehidupan nyata. Setiap individu pastinya pernah mengekspos prestasi serta keahlian yang ia punya kepada orang lain, membayangkan tentang kesuksesan, kecantikan, kepintaran, merasa ingin selalu dipuji dan dihargai, serta merasa iri atas pencapaian orang lain.

Berdasarkan fenomena dan data yang telah dipaparkan oleh penulis pada paragraf sebelumnya, menjadikan hal yang menarik untuk dikaji kembali. *Self esteem* merupakan faktor penting yang memiliki dampak pada kehidupan remaja. Terlebih pada era digital saat ini harga diri kerap dipengaruhi oleh media sosial. Didukung oleh beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keselarasan dengan penelitian ini, peneliti ingin mengkaji ulang mengenai hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik para remaja pengguna media sosial khususnya *Tik-Tok*. Hal ini menjadi menarik dikarenakan karakteristik dari remaja adalah individu yang kreatif, produktif, mampu menyaring segala informasi di media sosial, serta mampu mengikuti perkembangan teknologi dan informasi dengan cepat. Namun pada kenyataannya remaja kurang dapat memanfaatkan media sosial dengan baik sehingga menimbulkan perilaku narsis. Hal lain yang menjadi menarik dan membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah berfokus pada salah satu media sosial *Tik-Tok* yang notabennya merupakan media yang *hype* saat ini. Karena popularitas media sosial utamanya *Tik-Tok* sebagian besar terjadi pada kalangan pelajar atau mahasiswa, maka penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial *Tik-Tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *self esteem* pengguna media sosial *Tik-Tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana tingkat kecenderungan narsistik pengguna media sosial *Tik-Tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

3. Apakah ada hubungan antara *self esteem* dan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *Tik-Tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat *self esteem* pada mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Untuk membuktikan hubungan antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah di atas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan terkait bidang psikologi, khususnya di bidang psikologi klinis, psikologi sosial, psikologi kepribadian dan psikologi perkembangan. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat berguna untuk penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan hubungan *self esteem* dengan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial *Tik-Tok*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan rujukan dan pemikiran untuk penelitian.

- b. Bagi lembaga, diharapkan dapat menjadi informasi mengenai *self esteem* dan kecenderungan narsistik pengguna media sosial *TikTok* pada kalangan mahasiswa.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Self Esteem*

1. Pengertian *Self Esteem*

Self Esteem merupakan salah satu bagian dari kepribadian yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Baron & Byrne (2004) mendefinisikan *self esteem* sebagai suatu penilaian subjektif yang diciptakan oleh individu mengenai dirinya sendiri baik secara positif maupun negatif, apakah individu tersebut merasa bahwa dirinya penting, mampu, serta berharga di mata orang lain, yang berasal dari berbagai sumber baik internal maupun eksternal, seperti dukungan keluarga, lingkungan sekitar, dan lain sebagainya. Menurut Coopersmith (1967), *self esteem* merupakan suatu penilaian yang diciptakan oleh individu dan kebiasaan memandang dirinya terutama terhadap sikap menerima dan menolak, serta indikasi besarnya keyakinan juga kepercayaan individu terhadap keahliannya, kebermaknaan, keberhasilan, dan kesuksesan. Istilah *self esteem* dapat diinterpretasikan sebagai suatu wujud evaluasi terhadap diri sendiri yang diperlihatkan dalam perilaku individu.

Menurut Rosenberg (1965), *self esteem* merupakan suatu evaluasi positif ataupun negatif terhadap diri sendiri (*self*). Dengan kata lain *self esteem* adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Rosenberg juga menyatakan bahwa *self esteem* merupakan komponen afektif, kognitif, dan evaluatif yang bukan hanya merupakan persoalan pribadi maupun psikologi tetapi juga interaksi sosial. Menurut Branden (2007) *self esteem* merupakan kepercayaan pada diri sendiri bahwa individu memiliki kemampuan dalam berfikir dan menghadapi segala rintangan kehidupan, serta percaya akan adanya hak dalam menggapai keberhasilan. Menurut Branden, tingkat tinggi rendah nya *self esteem* berdampak pada perubahan

perilaku seseorang. *Self Esteem* secara global adalah sikap positif atau negatif seseorang akan dirinya secara keseluruhan (Nurvita & Handayani, 2015). Menurut Srisayekti dan Setyadi (2015:143), *self esteem* juga dapat berhubungan dengan dimensi spesifik, seperti kemampuan akademik, kecakapan sosial, penampilan fisik, atau *self esteem* kolektif, yaitu evaluasi akan kebernilaian suatu kelompok, dimana seseorang menjadi anggotanya. Individu yang mempunyai *self esteem* tinggi akan lebih peka terhadap kritik dari lingkungan, sehingga mampu menerima segala masukan baik verbal maupun non verbal dari orang lain sebagai patokan introspeksi diri. Selain itu, individu dengan *self esteem* tinggi menilai diri sebagai orang yang penting, berkualitas, dan berharga, selain itu juga meyakini prinsip serta pengalaman diri sebagai pengalaman yang nyata dan mutlak (Rosenberg dalam Yusuf, dkk. 2012).

Individu yang mempunyai tingkat harga diri yang tinggi diperkirakan memiliki tingkat kebahagiaan cenderung tinggi dan sehat secara psikologis, memicu seseorang memandang dirinya sendiri serta menciptakan segala sesuatu yang terjadi pada dirinya mengarah ke hal-hal yang lebih positif. Individu merasa mencapai kepuasan akan dirinya, mampu menyesuaikan diri secara efisien dengan siap dalam menghadapi segala tantangan, dan hidup dalam lingkungan sosial dimana individu mempercayai dapat menghormati, menyanjung, serta menghargai keberadaannya (Myers, 2012). Individu dengan karakteristik tersebut jelas memiliki kehidupan yang lebih berkualitas, lebih produktif, dan lebih bahagia. Namun hal ini berbanding terbalik dengan seseorang yang memiliki tingkat harga diri yang rendah. Individu akan lebih memandang dirinya dari sudut pandang yang negatif, sehingga apapun yang terjadi di dalam kehidupannya ataupun lingkungan sekitarnya selalu dipandang dari sisi negatifnya. Seseorang yang memiliki tingkat harga diri yang rendah selalu merasakan akan kekhawatiran, gelisah, produktifitas rendah, takut akan masa depan, selalu pesimis, dan cenderung melakukan kesalahan (Taylor, dkk. 2012).

Self Esteem dipandang sebagai salah satu aspek penting dalam pembentukan kepribadian seseorang. Apabila seseorang tidak dapat menghargai dirinya sendiri, maka akan sulit baginya untuk dapat menghargai orang-orang di sekitarnya. Dengan demikian *self esteem* merupakan salah satu elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang, dan akan berdampak luas pada sikap dan perilakunya.

2. Karakteristik *Self Esteem*

Adapun karakteristik *self esteem* menurut Coopersmith (dalam Wulan, 1997) yaitu :

- a. *Self esteem* yang tinggi pada individu, memiliki pengaruh yang besar terhadap orang lain, mempunyai sifat yang aktif dan agresif, mampu menerima dan memberi kritik dengan baik, berpegang teguh pada persepsi dan dirinya sendiri, tidak mudah terpengaruh orang lain tentang kepribadiannya, serta mampu menempatkan dirinya pada lingkungan sekitar.
- b. *Self esteem* yang sedang pada individu, memiliki potret pengalaman yang kerap disukai individu. Individu dengan *self esteem* sedang memiliki banyak keselarasan dengan individu dengan *self esteem* yang tinggi. Perbedaannya hanya terletak pada intensitas kepercayaan diri, merasa kurang yakin dalam mengevaluasi diri sendiri, serta masih bergantung pada penerimaan sosial di lingkungan sekitarnya.
- c. *Self esteem* yang rendah pada individu, memiliki perasaan takut gagal dalam menjalin hubungan dengan orang lain sehingga merasa ragu bahwa orang lain akan menyukai dirinya, dan tampak seperti orang yang mudah menyerah dan putus asa, kurang dapat mengekspresikan diri serta selalu bergantung pada lingkungan sekitar.

Sedangkan karakteristik *self esteem* menurut Mayers (1992) dibagi menjadi dua kategori berdasarkan tinggi dan rendah. Adapun dua karakteristik tersebut yaitu :

Self esteem yang tinggi memiliki kecenderungan narsistik sebagai berikut:

- a. Menilai diri sendiri berharga
- b. Memuliakan diri sendiri
- c. Tidak menganggap dirinya sempurna atau lebih baik daripada orang lain

Self esteem yang rendah memiliki kecenderungan narsistik sebagai berikut :

- a. Menolak dirinya secara verbal dan aktif
- b. Tidak mampu menerima keadaan dirinya sendiri
- c. Tidak menyukai gambaran terhadap dirinya dalam bentuk hubungan dengan orang lain
- d. Menolak gambaran atas dirinya dan mengharapkan yang berbeda akan tetapi merasa ragu dapat merubahnya

Individu dengan tingkat *self esteem* yang tinggi akan mampu menerima dirinya sendiri, menganggap dirinya berharga, mengetahui keterbatasan yang dimilikinya, mampu menerima kritik dari orang lain, serta dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan dimana ia berada. Begitu juga sebaliknya, individu dengan tingkat *self esteem* rendah tidak dapat melakukan penerimaan terhadap dirinya sendiri, selalu merasa kurang puas atas apa yang dimilikinya, mudah tersinggung dan selalu merasa dirinya berada di titik terendah.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self Esteem*

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *self esteem* menurut Coopersmith (1967) yaitu :

- a. Faktor Jenis Kelamin

Dalam hal ini, wanita selalu merasa *self esteem*-nya lebih rendah dibandingkan dengan pria, seperti munculnya perasaan kurang mampu.

Kepercayaan diri akan kurang mampu relatif rendah serta merasa bahwa dirinya perlu untuk dilindungi. Hal ini terjadi karena peran orang tua serta harapan-harapan masyarakat lingkungan sekitar yang berbeda-beda, baik itu pada pria maupun wanita (Ancok. Dkk, 1988). Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Coopersmith bahwasannya *self esteem* wanita lebih rendah dibandingkan dengan pria.

b. Faktor Inteligensi

Menurut Coopersmith (1967), individu dengan *self esteem* yang tinggi akan mencapai tingkat prestasi akademik yang tinggi, taraf aspirasi yang lebih baik, serta keinginan berusaha lebih keras dibandingkan dengan individu yang memiliki *self esteem* rendah.

c. Faktor Kondisi Fisik

Coopersmith (1967) menemukan adanya hubungan yang selaras antara daya tarik fisik dan tinggi badan dengan *self esteem*. Individu dengan kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki *self esteem* yang lebih baik daripada individu yang memiliki kondisi fisik yang kurang menarik.

d. Faktor Lingkungan Keluarga

Peran keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan *self esteem* anak. Keluarga harus menciptakan konteks dasar untuk memperoleh perkembangan *self esteem* yang baik pada anak. Coopersmith (1967) mengungkapkan bahwa perlakuan yang adil, pemberian kesempatan untuk aktif serta mendidik secara demokratis akan membentuk *self esteem* anak cenderung tinggi. Individu dengan kondisi keluarga yang bahagia akan menciptakan *self esteem* yang tinggi, dikarenakan di dalam ruang lingkup keluarga ia mendapatkan rasa aman, nyaman, mendapatkan kasih sayang, serta tanggapan yang positif.

e. Faktor Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial juga memiliki pengaruh dalam perkembangan harga diri individu. Klass dan Hodge mengemukakan bahwa pembentukan *self esteem* dimulai dari individu menyadari dirinya merasa

paling berharga atau tidak. Hal ini merupakan hasil dari proses lingkungan, penerimaan, penghargaan, dan perlakuan terhadap orang lain (Ghufron. Dkk, 2010).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi *self esteem* jenis kelamin, inteligensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, serta lingkungan sosial.

4. Aspek-Aspek *Self Esteem*

Menurut Coopersmith (1967), terdapat empat aspek dalam *self esteem* individu, yaitu :

a. Kekuatan

Kekuatan menunjukkan adanya kemampuan seseorang untuk dapat mengatur atau mengontrol tingkah laku dan mendapat pengakuan atas tingkah laku tersebut. Kekuatan dinyatakan dengan pengakuan dan penghormatan yang diterima individu dari orang lain dan adanya kualitas atas pendapat yang diutarakan oleh individu yang nantinya diakui oleh orang lain.

b. Keberartian

Keberartian menunjukkan pada kepedulian, perhatian, kasih sayang dan penghargaan dari orang-orang terdekat seperti keluarga, sahabat serta masyarakat. Penerimaan dari lingkungan ditandai dengan adanya kehangatan, penerimaan dan menghargai akan membuat individu semakin berarti yang akhirnya akan membentuk harga diri yang positif. Sebaliknya, jika lingkungan tidak memberikan respon positif pada seorang individu, maka individu tersebut merasa ditolak dan kemudian akan mengucilkan diri.

c. Kebijakan

Kebijakan merupakan suatu ketaatan untuk mengikuti aturan-aturan yang ada dalam masyarakat. Individu yang taat pada aturan dan ketentuan yang ada dalam masyarakat akan memiliki perasaan berharga

dan bangga pada diri sendiri. Hal ini dikarenakan bahwa dengan menunjukkan perilaku yang diharapkan dan diinginkan oleh masyarakat, maka orang lain akan menghargai dan menghormati individu tersebut sebagai orang yang berkelakuan baik. Hal ini akan mendorong terbentuknya harga diri yang positif.

d. Kompeten

Kemampuan untuk mencapai apa yang dicita-citakan atau diarpakan. Hal ini berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki individu, dengan adanya kemampuan yang cukup individu terasa yakin untuk mencapai apa yang dicita-citakan dan mampu mengatasi setiap masalah yang dihadapinya.

B. Kecenderungan Narsistik

1. Pengertian Kecenderungan Narsistik

Kecenderungan juga disebut kesiapan reaktif bersifat kebiasaan. Kecenderungan merupakan watak atau sifat yang bukan berasal dari tingkah laku itu sendiri melainkan sesuatu yang memunculkan tingkah laku dan mengarah pada suatu objek. Kecenderungan ini bersifat turun temurun, yaitu tidak dimiliki sejak lahir, namun juga tidak kaku secara mekanistik, seperti refleks dan kebiasaan, yang bersifat sementara namun terkadang juga bisa bersifat permanen (Fitriyah, 2014).

Narsisisme (dalam bahasa Inggris) atau *narsisme* (dalam bahasa Belanda) adalah perasaan cinta pada diri sendiri secara berlebihan. Orang yang mengalami gejala seperti ini disebut narsisis (*narcissist*). Menurut Apsari (dalam Wahyuni & Apsari, 2017) kecenderungan narsistik secara umum adalah salah satu wujud dari sistem pertahanan diri yang merupakan upaya untuk melindungi dan menghargai diri sendiri dengan gejala memusatkan perhatian pada dirinya sendiri, memuja atau mengagumi diri sendiri secara patologis, menunjukkan perilaku egois, dan menganggap bahwa dirinya adalah sosok yang paling berharga. Kecenderungan disebut

juga kesiapan reaktif yang bersifat kebiasaan (Linangimah, 2018). Kecenderungan merupakan watak atau sifat yang disposisional yaitu bukan tingkah laku itu sendiri, akan tetapi merupakan sesuatu yang memungkinkan timbulnya tingkah laku dan mengarah pada suatu objek tertentu (Linangimah, 2018).

Freud (dalam Durrand & Barlow, 2007) mendeskripsikan narsistik sebagai individu yang memperlihatkan dirinya sebagai orang yang berharga secara berlebihan dan yang terokupasi dengan keinginan mendapatkan perhatian dari orang lain. Individu dengan kecenderungan narsistik terokupasi dengan fantasi-fantasi mengenai betapa berharganya dirinya sendiri, terkait kekuatan dan kepandaian dirinya, sehingga menimbulkan adanya rasa terus-menerus untuk menuntut perhatian dan penghormatan dari orang lain, dan merasa berhak atas pengakuan dari orang lain serta kebaikan hati yang ditunjukkan orang lain, tanpa harus adanya sikap balasan terhadap kebaikan orang lain (Wade & Travis, 2007).

Menurut Papu (2002) yang mengutip DSM-IV (*Diagnostic Statistical and Manual Mental Disorders-Fourth Edition*) orang yang memiliki kecenderungan narsistik akan mengalami gangguan kepribadian yang disebut dengan gangguan kepribadian narsistik atau *narcissistic personal disorder*. Gangguan kepribadian ini ditandai dengan beberapa ciri-ciri berupa perasaan superior bahwa dirinya adalah paling penting, paling mampu, paling unik, sangat eksesif untuk dikagumi dan disanjung, kurang memiliki empati, angkuh dan selalu merasa bahwa dirinya layak untuk diperlakukan berbeda dengan orang lain.

Narsistik adalah suatu kepribadian ditandai dengan adanya fantasi atau perilaku berlebihan terhadap kekuasaan, kecantiakan, kesuksesan atau cinta ideal, kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain dan kurangnya kemampuan untuk berempati. Santrock (2011:437) menjelaskan narsisme adalah pendekatan terhadap orang lain yang berpusat pada diri (*self-*

centered) dan memikirkan diri sendiri (*selfconcerned*). Biasanya pelaku narsisme tidak menyadari keadaan aktual diri sendiri dan bagaimana orang lain memandangnya. Ketidaktahuan ini menimbulkan masalah penyesuaian pada mereka. Pelaku narsisme sangat berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna (*self-congratulatory*), serta memandang keinginan dan harapannya adalah hal yang penting.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kecenderungan narsistik adalah suatu kepribadian individu yang ditandai dengan adanya keinginan berlebih terhadap kekuasaan, kecantikan, kesuksesan atau cinta ideal atau kasih sayang, kurangnya kemampuan untuk berempati, kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain sebagai penilaian atas dirinya. Individu yang mempunyai kecenderungan narsisme lebih tertarik dengan hal yang hanya menyangkut dengan kesenangan pribadi. Hal ini juga memberikan pengaruh cukup besar dalam pergaulan sehari-hari dan biasanya tidak memiliki kepedulian terhadap perasaan orang lain.

2. Ciri-Ciri Kecenderungan Narsistik

Supratiknya (1995) mengemukakan kecenderungan narsistik memiliki ciri-ciri umum yaitu berperilaku dramatik, serba menonjolkan diri, emosional, dan menunjukkan hal yang dianggap unik. Sedangkan ciri-ciri khususnya yaitu merasa paling penting dan kebutuhan untuk dikagumi yang tinggi, selalu menuntut mendapatkan perlakuan khusus, sangat peka pada pandangan orang lain terhadap dirinya, bersikap eksploitatif, arogan dan kurang memiliki rasa empati terhadap orang lain.

Adapun ciri-ciri kecenderungan narsistik menurut Boree (2004) yaitu :

- a. Melebih-lebihkan pandangan akan pentingnya nilai diri sendiri
- b. Berfantasi mengenai jabatan, kesuksesan, kecantikan yang tak terbatas

- c. Meyakini bahwa dirinya unik dan spesial serta hanya bisa bergaul dengan orang-orang tertentu yang memiliki kedudukan setara atau lebih tinggi
- d. Membutuhkan pujian dan penghargaan yang berlebihan
- e. Merasa istimewa
- f. Memanfaatkan orang lain untuk memenuhi kepentingan pribadi
- g. Kurang memiliki rasa empati
- h. Iri terhadap orang lain
- i. Menunjukkan perilaku dan sikap arogan

Sedangkan Emmons (dalam Apsari, 2012) mengungkapkan empat karakteristik kecenderungan narsistik yaitu :

- a. *Leadership (authority)*, yaitu anggapan sebagai pemimpin atau orang yang paling berkuasa.
- b. *Superiority (arrogance)*, yaitu suatu rasa yang besar diri, merasa paling penting dan istimewa. Individu yang narsistik memiliki kecenderungan untuk menunjukkan sikap yang sangat baik pada penampilannya.
- c. *Self Absorbstion*, yaitu rasa kagum pada diri sendiri
- d. *Exploitiveness*, yaitu memanfaatkan orang lain untuk memenuhi kepentingann dirinya sendiri

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa karakteristik individu yang memiliki kecenderungan narsistik yaitu memiliki rasa kepentingan terhadap diri sendiri yang besar, dipenuhi akan rasa fantasi mengenai kekuasaan dan kesuksesan, membutuhkan kekaguman dan penghargaan dari orang lain, merasa layak diperlakukan istimewa, mengeksploitasi hubungan orang lain, kurang berempati, merasa iri dan merasa dirinya unik dan spesial.

3. Faktor-Faktor Kecenderungan Narsistik

Tingkatan narsistik yang dimiliki individu satu dengan individu lain tentu berbeda, hal ini dikarenakan tingkat narsistik dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Raskin dan Tery (dalam Apsari 2012) adapun faktor-faktor yang menyebabkan perilaku narsistik yaitu :

- a. Otoritas (*Authority*), pandangan terhadap diri sendiri yang berlebihan terkait dengan otoritas dan wewenang atas jabatan yang dimilikinya. Individu yang memiliki tingkat otoritas atau jabatan yang tinggi akan menganggap bahwa dirinya lebih hebat daripada individu yang tidak memiliki otoritas atau jabatan di suatu organisasi atau perusahaan dimana ia bekerja.
- b. *Self-sufficiency*, merupakan kemampuan dalam diri seseorang secara umum, pada indikator ini ditandai dengan individu yang memiliki pendirian bahwa ia mampu memenuhi kebutuhan dirinya sendiri.
- c. Superioritas (*Superiority*), pandangan yang ekstrem terkait dengan kompetensi. Orang lain akan menilai bahwa dirinya hebat dan spesial atas kompetensi diri, bakat, keahlian, dan keistimewaan yang dimilikinya.
- d. Eksibisionisme (*Exhibitionism*), kecenderungan untuk mencari atensi orang lain terhadap diri sendiri, terkait dengan kompetensi yang dimiliki, kepribadian atau kebiasaan, personalitas, dan bakat yang dimiliki oleh seseorang.
- e. Eksploitasi (*Exploitativeness*), dorongan untuk memanipulasi dan memanfaatkan orang lain untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Hal ini dikarenakan orang dengan kecenderungan narsistik mempercayai bahwa dirinya dapat memahami orang lain dan membuat orang lain suka dan percaya kepadanya.
- f. Kesombongan (*Vanity*), melebihkan bakat dan prestasi, serta merasa dirinya menjadi yang paling hebat dibandingkan orang lain. Orang dengan kecenderungan narsistik akan senang melihat karakteristik dan

penampilan yang ada pada dirinya. Narsistikis menganggap bahwa dirinya paling menarik dan istimewa, dan memandang bahwa orang lain tidak sebanding dengan dirinya atau tidak bisa mengalahkan kelebihan yang ia punya.

- g. Hak (*Entitlement*), seseorang dengan kecenderungan narsistik sangat membutuhkan pengakuan, kekaguman serta pujian dari orang lain terhadap dirinya. Narsistikis akan bersikap arogan apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi.

Menurut Lubis (dalam Apsari, 2012) menjelaskan bahwasannya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku narsistik, diantaranya yaitu :

a. Faktor Psikologis

Narsistik terjadi karena tingkat aspirasi yang tidak realistis atau berkurangnya sikap penerimaan diri.

b. Faktor Biologis

Secara biologis gangguan narsisme sebagian besar dialami oleh individu yang memiliki orang tua penderita neurotik. Selain itu usia, jenis kelamin, jenis hormonal, dan struktur-struktur fisik yang lain berkaitan juga dengan narsisme.

c. Faktor Sosiologis

Narsistik dialami oleh semua orang dari berbagai strata dan kalangan, serta terdapat perbedaan yang kontras antara kelompok budaya tertentu dan reaksi narsistik yang dialaminya.

Kohut & Kernberg (dalam Apsari, 2012) mengemukakan bahwa gangguan narsistik lebih mungkin berkembang apabila orang tua lengah, menghilangkan nilai, atau tidak menaruh rasa empati kepada anak yang mengakibatkan di masa mendatang anak akan mencari sebuah penegasan dari sebuah pengidealan dan perasaan megah terhadap diri. Sedangkan

menurut Clarke (dalam Apriliani, 2015) narsistik dipengaruhi dapat oleh *self esteem*, depresi, kecemasan dan stress.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa individu satu dengan individu lain memiliki tingkat kecenderungan narsistik yang berbeda, dikarenakan oleh pengaruh dari beberapa faktor seperti faktor psikologis, faktor biologis, faktor sosiologis, kurangnya rasa empati orang tua terhadap anak, *self esteem*, rasa depresi, kecemasan, dan beberapa faktor lainnya.

4. Aspek-Aspek Kecenderungan Narsistik

Menurut *Diagnostic Statistical and Manual Mental Disorders-Fourth Edition (DSM-IV-TR)* seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik apabila dirinya memiliki 5 (lima) dari 9 (sembilan) ciri-ciri yang diantaranya yaitu :

- a. Memiliki rasa kepentingan diri sendiri yang besar, misal merasa dirinya paling hebat namun seringkali tidak sesuai dengan potensi atau kompetensi dan ia senang memamerkan apa yang dimiliki termasuk prestasi (gelar) dan harta benda
- b. Dipenuhi dengan fantasi
- c. Membutuhkan kekaguman yang ekstrem
- d. Orang lain harus mau memenuhi keinginannya atau merasa dirinya berhak mendapatkan perlakuan khusus
- e. Kurang mampu berempati dan berbelas kasih kepada orang lain
- f. Mengeksploitasi hubungan interpersonal
- g. Selalu merasa iri atas pencapaian orang lain
- h. Berperilaku arogan dan angkuh
- i. Merasa istimewa, paling hebat, dan spesial sehingga dirinya hanya ingin bergaul dengan orang-orang yang setara dengan kedudukannya ataupun yang lebih tinggi

C. *Self Esteem* dalam Perspektif Islam

1. Telaah Teks Psikologi

a. Sampel Teks Psikologi

Baron & Byrne (2004) mendefinisikan *self esteem* sebagai suatu penilaian subjektif yang diciptakan oleh individu mengenai dirinya sendiri baik secara positif maupun negatif, apakah individu tersebut merasa bahwa dirinya penting, mampu, serta berharga di mata orang lain, yang berasal dari berbagai sumber baik internal maupun eksternal, seperti dukungan keluarga, lingkungan sekitar, dan lain sebagainya.

Menurut Coopersmith (1967), *self esteem* merupakan suatu penilaian yang diciptakan oleh individu dan kebiasaan memandang dirinya terutama terhadap sikap menerima dan menolak, serta indikasi besarnya keyakinan juga kepercayaan individu terhadap keahliannya, kebermaknaan, keberhasilan, dan kesuksesan.

Menurut Rosenberg (1965), *self esteem* merupakan suatu evaluasi positif ataupun negatif terhadap diri sendiri (*self*).

Menurut Branden (2007) *self esteem* merupakan kepercayaan pada diri sendiri bahwa individu memiliki kemampuan dalam berfikir dan menghadapi segala rintangan kehidupan, serta percaya akan adanya hak dalam menggapai keberhasilan.

Menurut Srisayekti dan Setyadi (2015:143), *self esteem* juga dapat berhubungan dengan dimensi spesifik, seperti kemampuan akademik, kecakapan sosial, penampilan fisik, atau *self esteem* kolektif, yaitu evaluasi akan kebernilaian suatu kelompok, dimana seseorang menjadi anggotanya.

Baumeister (Baumgardner & Crotthers, 2010) mengemukakan bahwa *self esteem* merupakan suatu elemen evaluatif dari konsep diri.

Menurut Myers, *self esteem* merupakan suatu perasaan yang diperoleh ketika tindakan sesuai kesan pribadi dan ketika pesan khusus memperkirakan suatu versi yang diidealkan terkait bagaimana menghadapkan diri sendiri (Sobur, 2003).

Menurut Maslow (dalam Alwisol, 2004) mengemukakan bahwa *self esteem* merupakan suatu kebutuhan manusia yang membutuhkan pemuasan untuk dilanjutkan ke tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Kebutuhan terhadap *self esteem* menurut Maslow ada dua, yaitu penghargaan diri dan penghargaan dari orang lain.

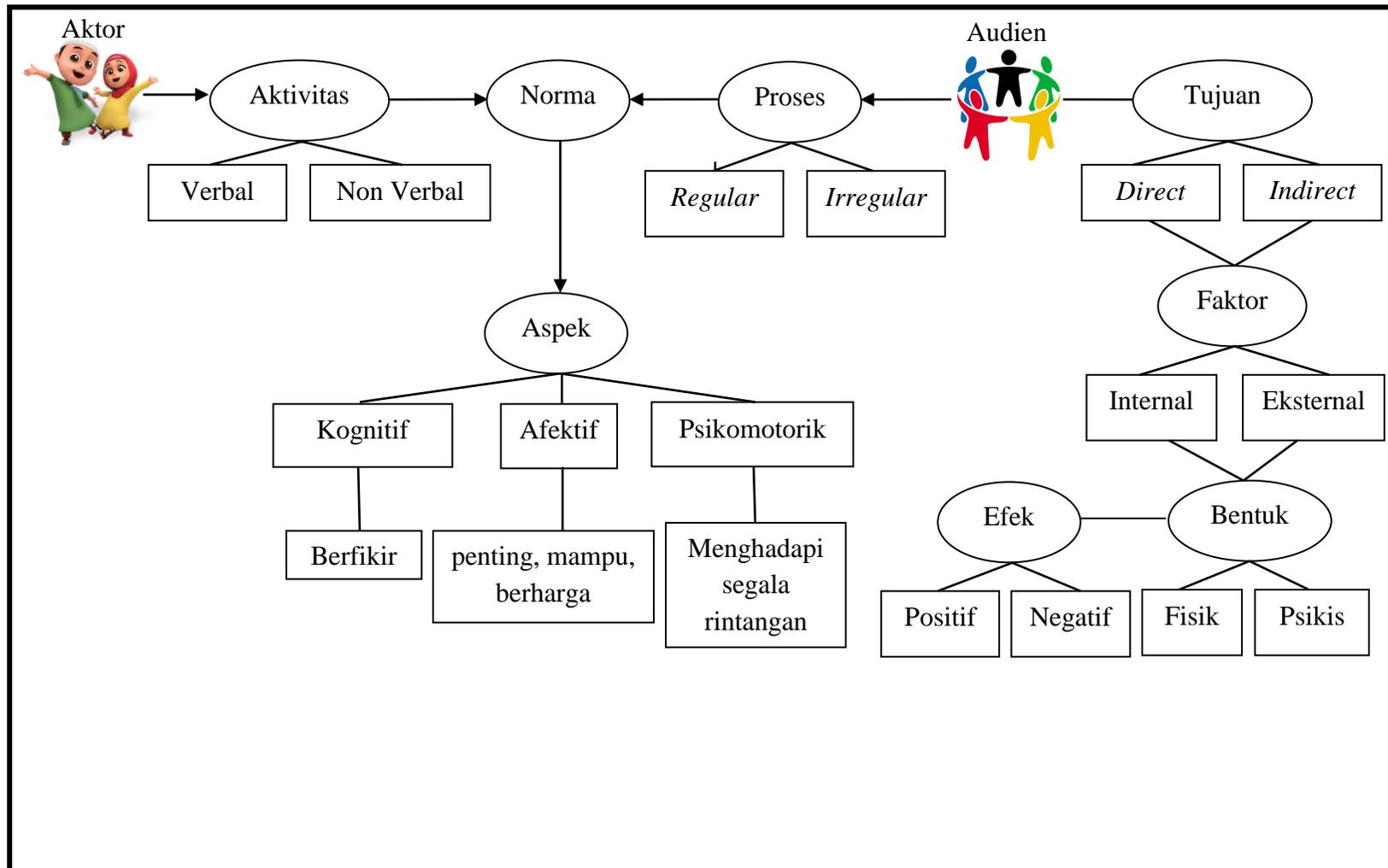
Menurut Tambunan (2001), *self esteem* merupakan evaluasi diri yang diungkapkan dalam sikap-sikap yang dapat bersifat positif dan negatif.

Menurut Miller (dalam Rohmah, 2004), *self esteem* berhubungan dengan ketidakcocokan antara diri yang ideal dengan konsep diri.

Menurut James (dalam Wibowo, 2016), *self esteem* merupakan pikiran diri (*self cognition*) yang merefleksikan persepsi diri terhadap dirinya sendiri. Persepsi tersebut dibentuk melalui evaluasi diri terhadap atribut yang melekat pada dirinya dan internalisasi dari evaluasi yang diberikan oleh orang lain.

Beans dan Clemens (2011) mendefinisikan *self esteem* sebagai suatu penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri dari berbagai sudut pandang yang berbeda, apakah individu tersebut merupakan seseorang yang berharga atau tidak.

b. Pola Teks Psikologi tentang *Self Esteem*



c. Analisis Komponen

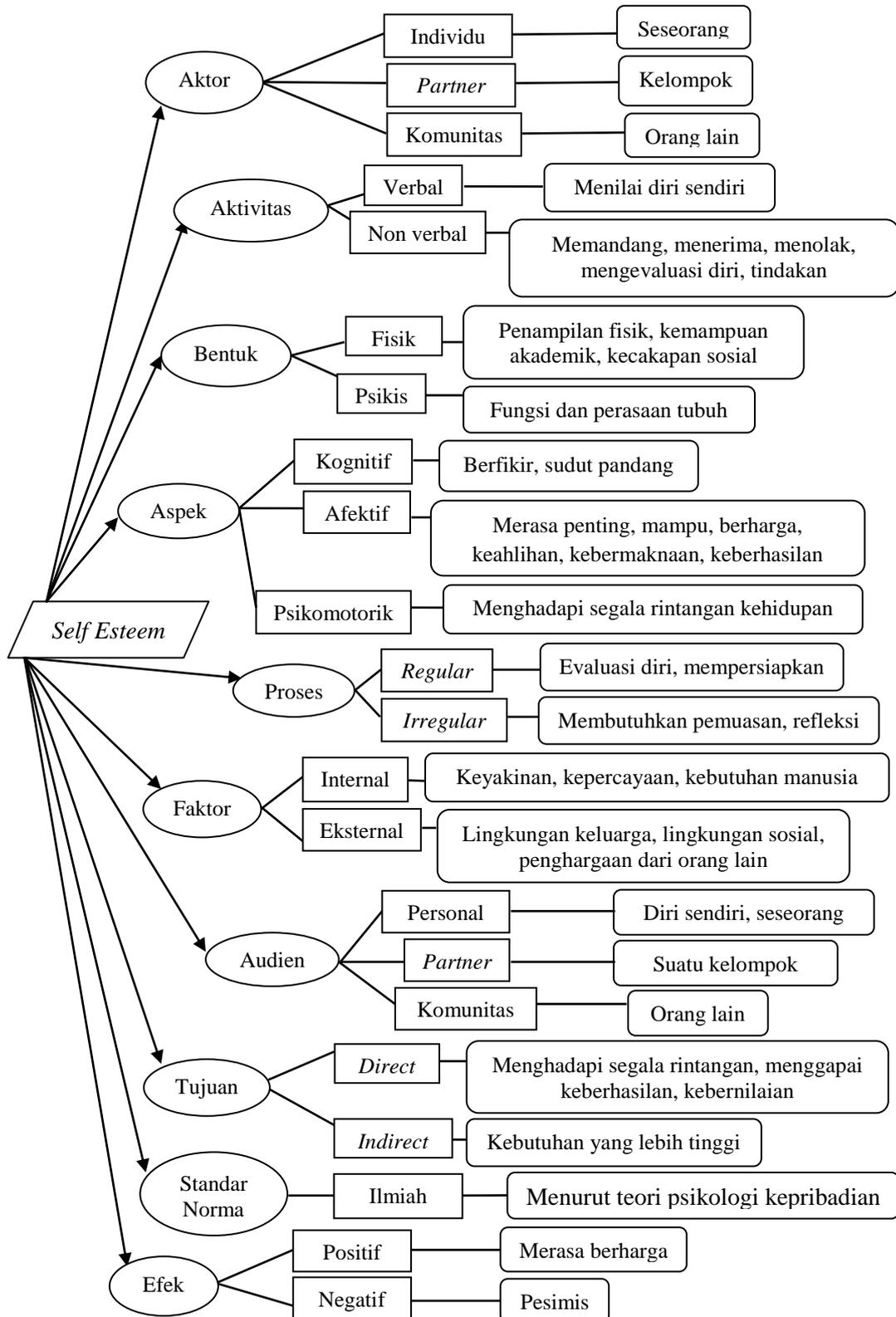
Tabel 2.1
Analisis Komponen *Self Esteem*

No.	Komponen	Kategori	Deskripsi
1.	Aktor	Individu	Seseorang
		<i>Partner</i>	Kelompok
		Komunitas	Orang lain
2.	Aktivitas	Verbal	Menilai diri sendiri
		Non Verbal	Memandang, menerima, menolak, tindakan
3.	Bentuk	Fisik	Penampilan fisik, kemampuan akademik, kecakapan sosial
		Psikis	Fungsi dan perasaan tubuh
4.	Aspek	Kognitif	Berfikir, sudut pandang
		Afektif	Merasa penting, mampu, berharga, keahlian, kebermaknaan, keberhasilan
		Psikomotorik	Menghadapi segala rintangan kehidupan
5.	Proses	<i>Reguler</i>	Evaluasi diri, mempersiapkan
		<i>Irreguler</i>	Mebutuhkan pemuasan, refleksi
6.	Faktor	Internal	Keyakinan, kepercayaan, kebutuhan manusia
		Eskternal	Lingkungan keluarga, lingkungan sosial, penghargaan dari orang lain
7.	Audiens	Personal	Diri sendiri, seseorang
		<i>Partner</i>	Suatu kelompok
		Komunitas	Orang lain
8.	Tujuan	<i>Direct</i>	Menghadapi segala rintangan, menggapai keberhasilan, kebernilaian
		<i>Indirect</i>	Kebutuhan yang lebih tinggi
9.	Standar Norma	Ilmiah (Psikologi)	Menurut teori psikologi kepribadian
10.	Efek	Positif (+)	Merasa berharga
		Negatif (-)	Pesimis

d. **Peta Konsep Psikologi tentang *Self Esteem***

Tabel 2.2

Peta Konsep Psikologi tentang *Self Esteem*



e. Rumusan Konsep Teks Psikologi Sebagai Simpulan

1) *General*

Self esteem merupakan suatu aktivitas verbal maupun non verbal yang dilakukan oleh individu dengan proses *reguler* atau *irreguler* dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi.

2) *Particular*

Self esteem adalah kemampuan yang dimiliki individu dalam memberdayakan aspek kognitif, asertif, dan psikomotorik dalam memandang, menilai, menerima maupun menolak diri melalui proses evaluasi diri dan refleksi, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal. Tujuannya untuk mampu menghadapi segala rintangan, menggapai keberhasilan, kebhernilaian, serta memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi, sehingga menimbulkan efek positif maupun negatif pada individu.

2. Telaah Teks Al-Qur'an

a. Sampel Teks Al-Qur'an

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk yang diciptakan Allah SWT paling sempurna, mulia dan berharga di muka bumi. Dalam sudut pandang islam, manusia akan memiliki harga diri yang tinggi di mata Allah dan di mata para hamba-Nya apabila ia dapat meraih sekurang-kurangnya dua hal, yaitu keimanan dan amal shaleh. Dalam islam, tingginya derajat manusia berdasarkan tingginya keimanan, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. At-Tin ayat 4-6 :

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ (٤) ثُمَّ رَدَدْنَاهُ أَسْفَلَ سَافِلِينَ (٥) إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فَلَهُمْ أَجْرٌ غَيْرُ مَمْنُونٍ (٦)

Artinya : *“Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya. Kemudian Kami kembalikan dia ke tempat yang serendah-rendahnya. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh; maka mereka akan mendapatkan pahala yang tiada putus-putusnya”* (QS. At-Tin ayat 4-6).

Pada ayat diatas menjelaskan mengenai *self esteem*, dimana apa yang sudah diciptakan diminta untuk dipelihara dengan sebaik-baiknya dengan cara menjaga iman, ketaatan dan menjauhi segala larangan Allah SWT. Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa harga diri dan kualitas terbaik seorang mukmim adalah taqwa kepada Allah SWT. Dalam hal ini, islam menganjurkan kepada umatnya agar tidak merasa rendah diri terhadap orang lain, akan tetapi juga tidak boleh merasa lebih tinggi dari orang lain.

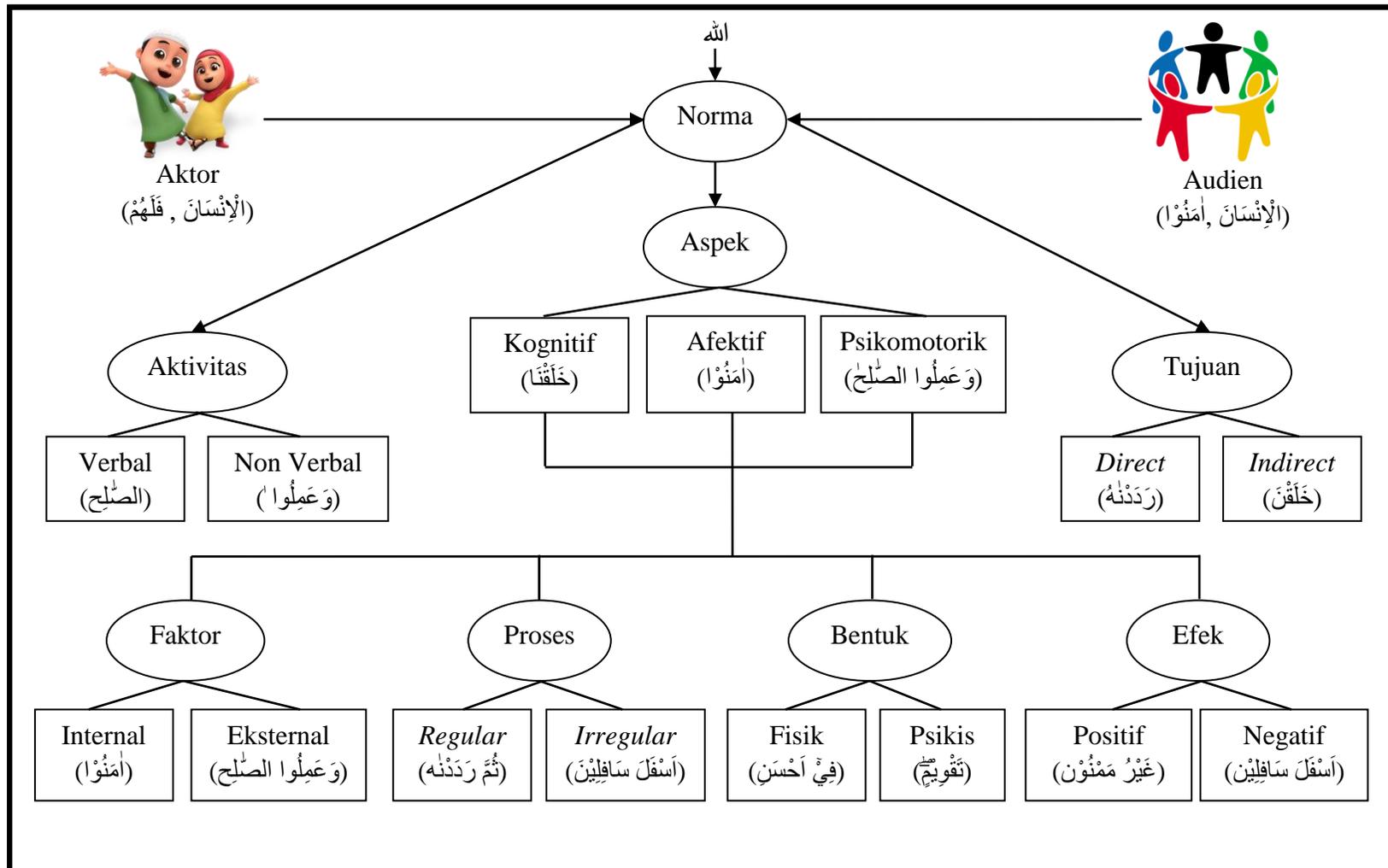
b. Analisis Makna Mu'frodlat Surat At-Tin ayat 4-6

Tabel 2.3

Analisis Makna Mu'frodlat tentang *Self Esteem*

No.	Teks	Terjemahan	Sinonim	Antonim	Makna Psikologi
1.	لَقَدْ خَلَقْنَا	Sesungguhnya Kami telah menciptakan	تدرك	هدم	Norma Agama
2.	الْإِنْسَانَ	Manusia	الناس	تجمهر	Aktor, audien
3.	فِي أَحْسَنِ	Dalam bentuk	اختلاف الشخصيات	عموما	Level, status, posisi
4.	تَفْوِيمٍ	Sebaik-baiknya	متفوق	أسوأ	<i>Self Esteem</i> , level berjenjang
5.	ثُمَّ رَدَدْنَاهُ	Kemudian kami kembalikan dia	يعيد	بيدق	Proses, reposisi
6.	أَسْفَلَ سَافِلِينَ	Ke tempat yang serendah-rendahnya	عقاب	جائزة	Level terendah
7.	إِلَّا الَّذِينَ	Kecuali orang-orang yang	فرد	كتلة	Aktor
8.	أَمَنُوا	Beriman	منقاد	ضد	<i>Self confidence</i>
9.	وَعَمِلُوا	Dan mengerjakan	إلهي	الكفر	Aktivitas
10.	الصَّالِحِ	Amal saleh	طيب	قبح	Positif, inovatif, produktif
11.	فَلَهُمْ	Maka mereka akan	هم	فرد	Aktor
12.	أَجْرًا	Mendapatkan	احصل على	فارغة	Imbalan, <i>reward</i> , <i>reinforcement</i>
13.	غَيْرُ مَمْنُونٍ	Pahala yang tiada putus-putusnya	المكافأة	الخطيئة	<i>Reward Continue</i>

c. Pola Teks Islam tentang *Self Esteem*



d. Analisis Komponen Teks Islam

Tabel 2.4

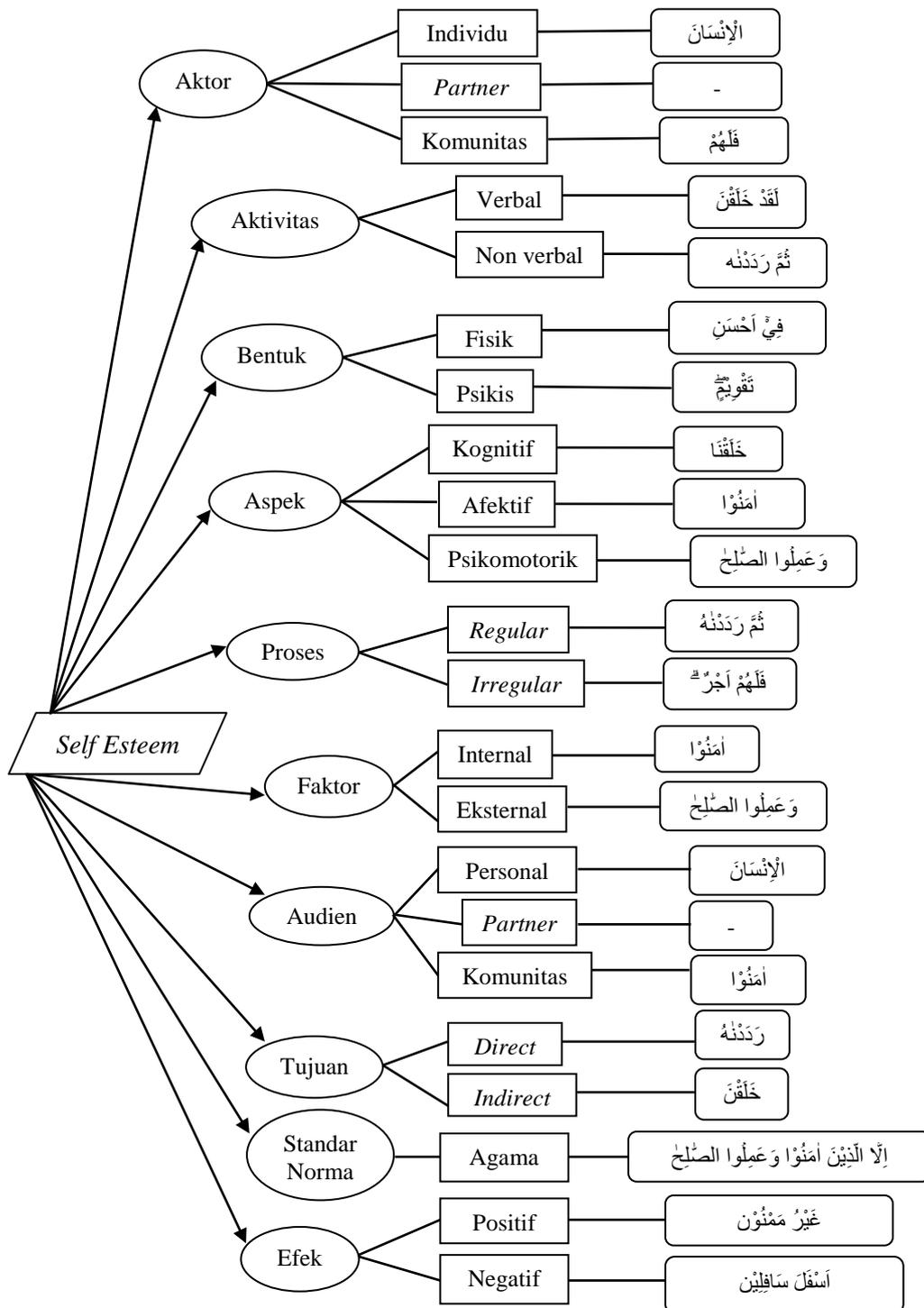
Analisis Komponen Teks Islam tentang *Self Esteem*

No.	Komponen	Kategori	Deskripsi
1.	Aktor	Individu	الْإِنْسَانِ
		<i>Partner</i>	-
		Kelompok	فَلَهُمْ
2.	Aktivitas	Verbal	الصَّلِحِ
		Non Verbal	وَعَمِلُوا
3.	Bentuk	Fisik	فِي أَحْسَنِ
		Psikis	تَقْوِيمٍ
4.	Aspek	Kognitif	خَلَقْنَا
		Afektif	أَمَنُوا
		Psikomotorik	وَعَمِلُوا الصَّالِحِ
5.	Proses	<i>Reguler</i>	ثُمَّ رَدَدْنَا
		<i>Irreguler</i>	أَسْفَلَ سَافِلِينَ
6.	Faktor	Internal	أَمَنُوا
		Eskternal	وَعَمِلُوا الصَّالِحِ
7.	Audiens	Personal	الْإِنْسَانِ
		<i>Partner</i>	-
		Komunitas	أَمَنُوا
8.	Tujuan	<i>Direct</i>	رَدَدْنَاهُ
		<i>Indirect</i>	خَلَقْنَا
9.	Standar Norma	Agama	خَلَقْنَا
10.	Efek	Positif (+)	غَيْرُ مَمْنُونٍ
		Negatif (-)	أَسْفَلَ سَافِلِينَ

e. Peta Konsep Islam tentang *Self Esteem*

Tabel 2.5

Peta Konsep Islam tentang *Self Esteem*



f. Rumusan Konsep Teks Islam Sebagai Temuan

1) *General*

Self Esteem merupakan aktivitas individu (الإنسان) atau perorangan yang dilakukan secara positif (الصلح) dilandasi oleh faktor internal (أمنوا) yang berproses dari level rendah (أسفل سافلين) menuju level tinggi (تقويهم) sehingga mendapatkan *reinforcemet* (أجرهم) positif.

2) *Particular*

Self Esteem merupakan aktivitas individu (الإنسان) atau perorangan yang dilakukan secara positif (الصلح) dilandasi oleh faktor internal (أمنوا) dan eksternal (وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ) yang berproses dari level rendah (أسفل سافلين) menuju level tinggi (تقويهم) sehingga mendapatkan *reinforcemet* (أجرهم) positif. Hal ini bertujuan agar manusia (الإنسان) tidak merasa rendah diri (الدونية) terhadap orang lain, akan tetapi juga tidak boleh merasa lebih tinggi (متكبر) dari orang lain, sehingga menimbulkan efek positif yang positif yaitu mendapatkan pahala yang tiada putus-putusnya (غَيْرُ مَمْنُونٍ).

D. Hubungan *Self Esteem* dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial *Tik-Tok*

Jaringan internet yang sangat luas memudahkan seseorang dalam menjalin komunikasi dan saling bertukar informasi dengan orang lain. Dengan adanya internet memunculkan berbagai jenis media sosial, salah satunya adalah media sosial *Tik-Tok*. Pengguna *Tik-Tok* sebagian besar didominasi oleh para remaja dengan rentan usia 14-24 tahun (Sindonews, diakses 11 Februari 2020), yang mana juga merupakan kriteria usia mahasiswa. Media sosial *Tik-Tok* seringkali digunakan untuk membagikan konten yang dikemas secara menarik guna mendapatkan atensi dari pengguna lainnya. Semakin banyak *viewers*, komentar serta *like* yang didapatkan, individu akan merasa bahwa dirinya populer.

Kepemilikan akun media sosial *Tik-Tok* berpengaruh terhadap kecenderungan narsistik. Hal ini dibuktikan dengan salah satu ciri-ciri dari kecenderungan narsistik yaitu ingin menunjukkan bahwa dirinya istimewa dan spesial serta memiliki kebutuhan untuk dikagumi. Dari ciri-ciri tersebut individu dapat menunjukkan melalui media sosial *Tik-Tok* dengan sering mengunggah kreasi konten video, serta ingin tampil menonjol diantara teman-temannya. Individu yang menggunakan media sosial cenderung menunjukkan versi sempurna dari diri atau kehidupan mereka, lebih memfokuskan kepada hal-hal yang positif daripada hal-hal negatif. Tindakan seperti ini bukan hanya menipu orang lain, melainkan juga menipu diri mereka sendiri (Austin, dalam Rahmanita, 2014).

Kecenderungan narsistik tidak bisa terjadi begitu saja, melainkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan narsistik adalah *self esteem* rendah dan tidak konsisten (Fauziah, 2005). Menurut Coopersmith (1967) *self esteem* merupakan bentuk dari evaluasi diri dimana individu dapat menerima diri sendiri. Seseorang dengan *self esteem* rendah rentan akan depresi sehingga mencari cara untuk

mendapatkan perhatian dari orang lain (Haikal, 2018). Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengunggah setiap kegiatan yang dilakukan di media sosial seperti akun *Tik-Tok*.

Suatu penelitian tentang kecenderungan narsistik yang telah dilakukan oleh Adi dan Yudianti pada tahun 2009 pada pengguna media sosial *friendster* mengungkapkan bahwa pengaruh harga diri pada pengguna *friendster* tidak terlalu besar, dimana 88% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain, seperti konsep diri, kesepian, cemburu dan iri hati. Namun beberapa waktu terakhir, terdapat penemuan-penemuan yang membuktikan sebaliknya bahwa harga diri memiliki pengaruh besar terhadap kecenderungan perilaku narsisme.

Penelitian yang dilakukan oleh Haikal tahun 2018 mengungkapkan bahwa terdapat hubungan negatif yang konsisten antara harga diri dengan kecenderungan narisme pada mahasiswa pengguna media sosial *Instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pada penelitian ini mengungkap bahwa semakin tinggi tingkatan harga diri maka semakin rendah kecenderungan perilaku narsisme. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat harga diri maka semakin tinggi kecenderungan perilaku narisme pada mahasiswa pengguna media sosial *Instagram* di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Campbell (dalam Rahmanita, 2014) mengungkapkan bahwa kecenderungan narsistik berhubungan dengan tingkat aktivitas yang dilakukan pada suatu portal *web site* yang dapat dinilai dari seberapa banyak jumlah teman dan jumlah pesan dinding atau *wallpost* yang dimiliki. Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku kecenderungan narsistik memiliki hubungan yang signifikan dengan unsur kecantikan fotografi, *self promotion* dan *sexiness*.

E. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan dengan adanya fakta-fakta lapangan pengguna media sosial *Tik-Tok* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim

Malang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 : Tidak ada hubungan antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. H_1 : Ada hubungan antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kuantitatif, yaitu suatu metode penelitian yang menekankan analisisnya pada data *numerical* yang dihitung secara statistika (Azwar, 2015). Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada data penelitian inferensial (menguji hipotesis). Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok data dan signifikansi antar variabel yang menjadi fokus penelitian. Data dalam penelitian ini diperoleh dari variabel yang telah ditentukan sebelumnya dan kemudian diukur menggunakan instrumen tertentu.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik korelasi. Penelitian korelasional merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara dua variabel atau lebih, dimana ada variabel bebas dan terikat di dalamnya. Pada penelitian ini ingin mengungkapkan hubungan *self esteem* dan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

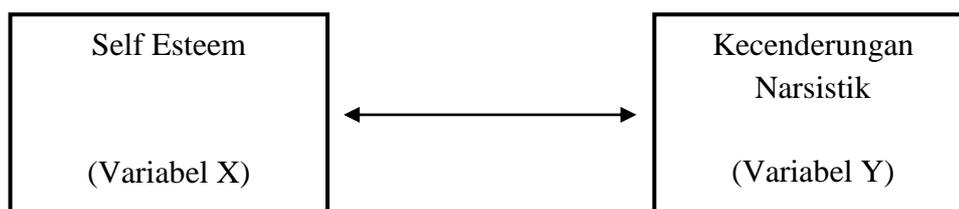
B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga kemudian dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2016: 38). Pada penelitian ini terdapat variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

1. Variabel bebas merupakan variabel yang karakteristiknya mempengaruhi variabel lainnya (Sugiyono, 2016: 39). Variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *self esteem* (X).

2. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang diukur untuk mengetahui besar pengaruhnya dari variabel lain (Sugiyono, 2016: 39). Variabel terikat akan digunakan dalam penelitian ini adalah kecenderungan narsistik (Y).

Gambar 3.1
Rancangan Penelitian



C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang mencakup variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang diamati (Azwar, 2015). Adapun definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) *Self esteem* adalah suatu penilaian atau evaluasi yang diciptakan oleh individu terhadap dirinya sendiri yang bersifat relatif tetap. Seseorang dengan *self esteem* yang tinggi cenderung menilai dirinya secara positif, mampu menerima dan mengenal diri sendiri dengan segala keterbatasannya. Sedangkan seseorang dengan *self esteem* rendah cenderung menilai dirinya secara negatif, melihat kekurangan dan segala keterbatasan yang ada pada dirinya secara berlebihan. Adapun aspek yang dapat menunjukkan tingkat *self esteem* seseorang yaitu kekuatan, keberartian, kebijakan, dan kompeten.
- 2) Kecenderungan narsistik merupakan perilaku yang mana individu menunjukkan kehebatan, kebutuhan untuk dikagumi, serta kurang memiliki rasa empati terhadap orang lain. Individu dikatakan memiliki

kecenderungan narsistik apabila dirinya memiliki 5 (lima) dari 9 (sembilan) ciri-ciri menurut *Diagnostic Statistical and Manual Mental Disorders-Fourth Edition (DSM-IV-TR)* yang diantaranya yaitu kecenderungan untuk memandang dirinya secara berlebihan, merasa paling pintar, paling unik, sangat eksesif untuk dikagumi dan disanjung, merasa iri atas pencapaian orang lain, kurang memiliki empati, mengeksploitasi hubungan dengan orang lain, angkuh dan selalu merasa bahwa dirinya layak untuk diperlakukan istimewa oleh orang lain.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, sehingga populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya (Sugiyono, 2016: 80). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa pengguna media sosial *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang khususnya mahasiswa jenjang S1 angkatan 2017-2020 yang berjumlah 13.714 orang (berita akademik, 2021).

Tabel 3.1
Gambaran Populasi Penelitian

Tahun Angkatan	Jumlah
2017	3074
2018	3205
2019	3350
2020	4085
Jumlah	13714

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 81). Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak dianalisis, dan bisa mewakili dari keseluruhan populasi sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Jumlah sampel diambil menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sample/jumlah responden

N : Jumlah populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,1

Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 13.714 mahasiswa. Sehingga presentase kelonggaran yang digunakan oleh peneliti yaitu 10%. Oleh karena itu, untuk mengetahui sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{13.714}{1 + 13.714 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{13.714}{1 + 137,14}$$

$$n = \frac{13.714}{138,14}$$

$$n = 99,27$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan hasil sebesar 99,27 yang kemudian disesuaikan oleh peneliti menjadi 125 sampel. Sehingga peneliti menggunakan 125 orang untuk mewakili seluruh populasi.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam *purposive sampling* pemilihan sekelompok subjek berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat tertentu yang dipandang mempunyai keterkaitan yang kuat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang telah diketahui sebelumnya (Sugiyono, 2016). Kriterianya adalah mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017-2020, memiliki akun media sosial *Tik-Tok* dan pernah mengunggah minimal satu video.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data dalam kegiatan penelitian memiliki tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti, dengan menggunakan metode yang efektif dan akurat (Azwar, 2015). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner, yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk mengungkap fakta mengenai variabel-variabel yang diteliti. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berisi pertanyaan atau pernyataan sistematis yang kemudian akan diberikan kepada subjek untuk dijawab (Sugiyono, 2016).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang didalamnya terdapat skala guna menghasilkan data yang akurat (Sugiyono, 2016). Fungsi dari skala adalah sejauh mana skala

tersebut dapat mengungkap sikap individu dengan akurat dan cermat, hal tersebut tergantung kelayakan pernyataan-pernyataan sikap dalam skala itu sendiri. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dimana variabel yang digunakan dalam penelitian dijabarkan menjadi beberapa indikator, yang kemudian indikator tersebut digunakan untuk menyusun suatu pernyataan-pernyataan (Sugiyono,2016). Pada skala ini terdapat item *favorable* dan *unfavorable*. Jawaban di dalam skala dinyatakan dalam empat kategori yang dimodifikasi tanpa menggunakan jawaban ragu-ragu. Hal tersebut dilakukan oleh penulis dengan alasan bahwa dengan adanya jawaban ragu-ragu dimungkinkan memiliki arti ganda. Alasan lainnya, yakni karena adanya jawaban ragu-ragu dapat menimbulkan kecenderungan subjek untuk menjawab di tengah terutama bagi subjek yang tidak yakin dengan jawaban pasti (Azwar, 2015). Dalam menjawab skala, subjek diminta untuk menyatakan kesetujuan atau ketidak setujuan terhadap isi pernyataan. Untuk item *favorable* penilaian bergerak dari angka 4 sampai 1 dan untuk item *unfavorable* penilaian bergerak dari angka 1 sampai 4.

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor Favorable	Skor Unfaforable
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

G. Alat Ukur Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *self esteem* dan skala kecenderungan narsistik yang berupa skala *likert*.

1. Skala Self Esteem

Skala *self esteem* disusun menggunakan aspek-aspek menurut Coopersmith (1967) yaitu :

a. Kekuatan

Kekuatan menunjukkan adanya kemampuan seseorang untuk dapat mengatur atau mengontrol tingkah laku dan mendapat pengakuan atas tingkah laku tersebut.

b. Keberartian

Keberartian menunjukkan pada kepedulian, perhatian, kasih sayang dan penghargaan dari orang-orang terdekat seperti keluarga, sahabat serta masyarakat.

c. Kebijakan

Kebijakan merupakan suatu ketaatan untuk mengikuti aturan-aturan yang ada dalam masyarakat

d. Kompeten

Kemampuan untuk mencapai apa yang dicita-citakan atau diharapkan.

Tabel 3.3
Blue print Skala Self Esteem

Variabel	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah
			F	UF	
<i>Self Esteem</i>	Kekuatan	Pengakuan dari orang lain	1,2,3,4	5	5
		Penghargaan dari orang lain	6,7	8	3
		Memiliki pandangan positif terhadap dirinya sendiri	9,10	11,12	4
	Keberartian	Menerima perhatian afeksi, dan ungkapan cinta dari orang lain	13,14	15,16	4
		Mendapatkan penerimaan dari lingkungannya	17,18	19	3
	Kebijakan	Taat untuk mengikuti etika, norma atau standart moral yang harus dihindari dan dilaksanakan	20,21	22	3
		Mampu untuk meraih kesuksesan	23,24	25,26	4
	Kompeten	Memiliki tuntutan prestasi yang ditandai dengan keberhasilan	27,28,29	30	4
		Jumlah		19	11

2. Skala Kecenderungan Narsistik

Skala kecenderungan narsistik disusun menggunakan aspek-aspek menurut *Diagnostic Statistical and Manual Mental Disorders-Fourth Edition (DSM-IV-TR)* yaitu :

- a. Memiliki rasa kepentingan diri sendiri yang besar, misal merasa dirinya paling hebat namun seringkali tidak sesuai dengan potensi atau kompetensi dan ia senang memamerkan apa yang dimiliki termasuk prestasi (gelar) dan harta benda
- b. Dipenuhi dengan fantasi
- c. Membutuhkan kekaguman yang ekstrem
- d. Orang lain harus mau memenuhi keinginannya atau merasa dirinya berhak mendapatkan perlakuan khusus
- e. Kurang mampu berempati dan berbelas kasih kepada orang lain
- f. Mengeksploitasi hubungan interpersonal
- g. Selalu merasa iri atas pencapaian orang lain
- h. Berperilaku arogan dan angkuh
- i. Merasa istimewa, paling hebat, dan spesial

Tabel 3.4
Blue print Skala Kecenderungan Narsistik

Konstruk	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah
			F	UF	
Kecenderungan Narsistik	Memiliki rasa kepentingan diri sendiri yang besar	Pandangan tentang pentingnya diri sendiri	1,2	3,4	4
	Dipenuhi dengan fantasi	Berimajinasi tentang kesuksesan, kepintaran, kekuasaan, penampilan yang menarik, atau kepopuleran yang tidak terbatas	5,6	7,8	4
	Mebutuhkan kekaguman yang ekstrem	Kebutuhan untuk dikagumi	9,10	11,12	3
	Orang lain harus mau memenuhi keinginannya atau merasa dirinya berhak mendapatkan perlakuan khusus	Merasa layak diperlakukan istimewa	13,14	15	3
	Kurang mampu berempati dan berbelas kasih kepada orang lain	Kurang memiliki rasa empati	16,17	18	3
	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	Memanfaatkan orang lain guna mendapatkan apa yang diinginkan	19,20	21	3
	Selalu merasa iri atas pencapaian orang lain	Merasa iri kepada orang lain atau menganggap bahwa orang lain merasa iri pada dirinya	22	23	2
	Berperilaku arogan dan angkuh	Berperilaku kasar, angkuh, sombong, egois	24,25	26	3
	Merasa istimewa, paling hebat, dan spesial	Percaya bahwa dirinya unik dan spesial	27,28	29,30	4
		Jumlah		17	13

H. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas dapat didefinisikan sebagai ketepatan dan kecermatan suatu tes untuk dapat mengukur dengan akurat atribut yang seharusnya diukur (Azwar, 2015). Proses pengujian validitas dilakukan agar skala mampu menghasilkan data yang akurat (Azwar, 2015). Sehingga ketika suatu instrumen memiliki validitas yang tinggi maka ketepatan dan kecermatan untuk mengukur atribut juga tinggi, namun apabila validitas suatu instrumen rendah maka ketepatan dan kecermatan dalam mengukur atribut juga rendah. Analisis validitas yang digunakan pada penelitian ini dengan cara mengkorelasikan nilai tiap item pernyataan dengan nilai total menggunakan teknik rumus korelasi *product moment*. Uji validitas ini dilakukan menggunakan *Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 16 for Windows*.

Rumus korelasi product moment :

$$\frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2)\{n\sum y^2 - (n\sum y^2)\}}}$$

Keterangan :

R_{xy} = koefisien validitas dalam perhitungan

N = jumlah responden atau sampel

$\sum x$ = jumlah skor aitem

$\sum y$ = jumlah skor total

$\sum xy$ = jumlah skor "x" dikalikan "y"

Selain itu pengujian validitas lainnya yaitu dengan menggunakan *Content Validity Ratio (CVR)* menurut Lawshe. Pada pendekatan ini berisi tentang penilaian item-item dalam suatu skala yang dilakukan oleh para *panelist* atau bisa disebut sebagai *Subject Matter Experts (SME)* (Lawshe, 1975). Para ahli tersebut diminta untuk menilai esensial daripada suatu item

apakah sudah sesuai dengan konstruk yang sudah ditentukan (Azwar, Reliabilitas dan Validitas, 2015). Adapun rumus untuk mengetahui indeks *Content Validity Ratio* (CVR) adalah sebagai berikut :

$$CVR = \frac{ne - \frac{n}{2}}{\frac{n}{2}}$$

Keterangan :

CVR : rasio validitas isi

ne : banyaknya panelis yang menilai aitem relevan

n : banyaknya panelis yang melakukan penilaian

Berikut daftar para ahli, yaitu :

Tabel 3.5

Daftar Ahli dan Jadwal Pelaksanaan *Content Validity Ratio* CVR

No.	Pelaksanaan	Ahli/Dosen	Pengembalian
1.	08 Juni 2021	Novia Solichah, M.Psi	08 Juni 2021
2.	08 Juni 2021	Elok Faiz Fatma El Fahmi, M.Si	09 Juni 2021
3.	09 Juni 2021	Selly Candra Ayu, M.Si	15 Juni 2021

Setelah dilakukan pengujian oleh para ahli, dilakukan analisis dari data tersebut sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.6
Hasil CVR Skala *Self Esteem*

Variabel	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah
			F	UF	
<i>Self Esteem</i>	Kekuatan	Pengakuan dari orang lain	1,2,3,4	5	5
		Penghargaan dari orang lain	6,7	8	3
		Memiliki pandangan positif terhadap dirinya sendiri	9,10	11,12	4
	Keberartian	Menerima perhatian afeksi, dan ungkapan cinta dari orang lain	13,14	15,16	4
		Mendapatkan penerimaan dari lingkungannya	17,18	19	3
	Kebijakan	Taat untuk mengikuti etika, norma atau standart moral yang harus dihindari dan dilaksanakan	20,21	22	3
		Mampu untuk meraih kesuksesan	23,24	25,26	4
	Kompeten	Memiliki tuntutan prestasi yang ditandai dengan keberhasilan	27,28,29	30	4
		Jumlah		19	11

Tabel 3.7
Hasil CVR Skala Kecenderungan Narsistik

Konstruk	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah
			F	UF	
Kecenderungan Narsistik	Memiliki rasa kepentingan diri sendiri yang besar	Pandangan tentang pentingnya diri sendiri	1,2	3,4	4
	Dipenuhi dengan fantasi	Berimajinasi tentang kesuksesan, kepintaran, kekuasaan, penampilan yang menarik, atau kepopuleran yang tidak terbatas	5,6	7,8	4
	Mebutuhkan kekaguman yang ekstrem	Kebutuhan untuk dikagumi	9,10	11,12	3
	Orang lain harus mau memenuhi keinginannya atau merasa dirinya berhak mendapatkan perlakuan khusus	Merasa layak diperlakukan istimewa	13,14	15	3

Kurang mampu berempati dan berbelas kasih kepada orang lain	Kurang memiliki rasa empati	16,17	18	3
Mengeksploitasi hubungan interpersonal	Memanfaatkan orang lain guna mendapatkan apa yang diinginkan	19,20	21	3
Selalu merasa iri atas pencapaian orang lain	Merasa iri kepada orang lain atau menganggap bahwa orang lain merasa iri pada dirinya	22	23	2
Berperilaku arogan dan angkuh	Berperilaku kasar, angkuh, sombong, egois	24,25	26	3
Merasa istimewa, paling hebat, dan spesial	Percaya bahwa dirinya unik dan spesial	27,28	29,30	4
Jumlah		17	13	30

Berdasarkan hasil CVR yang telah dilakukan sebelumnya, para panelis memberikan saran untuk mengganti redaksi kalimat pada beberapa item yang dinilai kurang tepat, terutama mengganti kalimat dengan dengan pernyataan yang positif, lebih efisien dalam penggunaan kata, serta memperjelas kalimat agar mudah dipahami oleh responden.

Adapun beberapa item yang harus diperbaiki penulisan kalimatnya yaitu pada variabel *self esteem* terdapat item nomor 3, 8, 12, 15, 16, dan 22. Pada variabel kecenderungan narsistik adapun beberapa item yang harus diperbaiki redaksi kalimatnya yaitu pada item nomor 4, 7, 10, 11, 12, 14, dan 15.

2. Reliabilitas

Reliabilitas juga sering disebut dengan *reliability* merupakan suatu keajegan, konsisten, dan kestabilan. Reliabilitas merupakan instrumen yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya, yang *relibale* pastinya akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Apabila data yang diperoleh sudah sesuai dengan kenyataan sesungguhnya, maka berapa kalipun diambil hasilnya akan tetap sama. Intinya reliabilitas difungsikan untuk mengetahui seberapa reliable item yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan nilai koefisien *alpha cronbach* dalam *SPSS* dengan nilai $r \geq 0,5$. Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan aplikasi *Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 16 for Windows*.

Rumus Alpha Cronbach :

$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Rn : reliabilitas instrumen

K : banyaknya butir soal

$\sum \sigma^2$: jumlahnya varians butir

σt^2 : varians total

Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas dengan rentan angka yang berada dalam rentan 0 sampai 1,00. Semakin tinggi angka koefisien mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi reliabilitasnya

I. Analisis Data Penelitian

Metode analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam suatu penelitian. Tujuannya adalah untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Berikut adalah metode uji data yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari variabel penelitian telah menyebar secara normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan *Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 16 for Windows*. Acuan yang digunakan untuk mengetahui nilai normalitas suatu data yaitu jika nilai signifikansi (p) $> 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Namun apabila nilai signifikansi (p) $< 0,05$ maka dapat dikatakan data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel bebas (X) memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat (Y). Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan *Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 16 for Windows* menggunakan tes for linearity dengan taraf signifikansi linearity $> 0,05$ maka dua variabel yang diujikan dapat dikatakan linear.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul dengan cara mendeskripsikan dan memaparkan data hasil penelitian. Data mentah yang sudah diperoleh dianalisis dalam beberapa tahap sebagai berikut. mengetahui nilai mean dan standar deviasi pada masing-masing variabel.

a. *Mean* Hipotetik

Untuk mencari nilai *mean* hipotetik dapat dilakukan dengan rumus berikut.

$$M = \frac{1}{2} (iMax + iMin) \times \sum item$$

Keterangan :

M : *Mean* hipotetik

iMax : Skor tertinggi item

iMin : Skor terendah item

\sum item : jumlah item pada skala

b. Standar Deviasi

Setelah nilai *mean* diketahui, langkah selanjutnya yaitu mencari standar deviasi (SD). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut.

$$SD = \frac{1}{6} (iMax + iMin)$$

Keterangan :

SD : Standar Deviasi

iMax : Skor tertinggi subjek

iMin : Skor terendah subjek

c. Kategorisasi

Kategorisasi digunakan untuk mengetahui kategori dari hasil penelitian yang telah dilakukan sehingga dihasilkan kategori tinggi, sedang, dan rendah.

Tabel 3.8
Rumus Kategorisasi

Rumus	Kategorisasi
$X > \text{Mean} + 1 \times \text{SD}$	Tinggi
$\text{Mean} - 1 \times \text{SD} \leq X \leq \text{Mean} + 1 \times \text{SD}$	Sedang
$X < \text{Mean} - 1 \times \text{SD}$	Rendah

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji korelasi. Uji korelasi dimaksudkan untuk melihat hubungan antara variabel (X) dengan variabel (Y). Pada penelitian kali ini menggunakan teknik *pearson Product moment correlation*. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2)\{n\sum y^2 - (n\sum y^2)\}}}$$

Keterangan :

Rxy = koefisien validitas dalam perhitungan

N = jumlah responden atau sampel

$\sum x$ = jumlah skor aitem

$\sum y$ = jumlah skor total

$\sum xy$ = jumlah skor “x” dikalikan “y”

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Subjek

1. Profil UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Lembaga pendidikan ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 Juni 2004. Universitas ini berdiri berawal dari gagasan beberapa tokoh Jawa Timur yang menginginkan untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi Islam di bawah Departemen Agama. Pada tahun 1961 dikeluarkanlah Surat Keputusan Menteri Agama No. 17 yang berwenang untuk mendirikan Fakultas Syari'ah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang, dimana keduanya merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Melalui surat Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, IAIN Sunan Ampel berganti status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang dan menjadi lembaga pendidikan tinggi islam otonom yang lepas dari IAIN Sunan Ampel.

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki 7 (tujuh) fakultas yaitu Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) yang terdapat beberapa jurusan yaitu Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD), Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS), Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Tadris Matematika dan Tadris Bahasa Inggris, Fakultas Syariah yaitu meliputi jurusan Hukum Keluarga Islam (HKI), Hukum Bisnis Syariah (HBS), Hukum Tata Negara (HTN), dan Ilmu Tafsir dan Al Qur'an (IAT), Fakultas Psikologi yang mana hanya memiliki satu jurusan yaitu jurusan Psikologi, Fakultas Humaniora meliputi jurusan Bahasa Sastra Arab (BSA) dan Bahasa Sastra Inggris (BSI), Fakultas Ekonomi meliputi jurusan Akuntansi, Manajemen, dan

Perbankan Syariah (PBS), Fakultas Sains dan Teknologi (SAINTEK) berisi jurusan Matematika, Biologi, Kimia, Fisika, Teknik Informatika (TI), Teknik Arsitektur (TA), dan Ilmu Perpustakaan, dan yang terakhir yaitu Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan yang berisi Kedokteran dan Farmasi.

2. Visi dan Misi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

- Visi : Menjadikan universitas Islam terkemuka dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan profesional, dan menjadi pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang bernafaskan Islam serta menjadi penggerak kemajuan masyarakat.
- Misi Utama :
 1. Mengantarkan mahasiswa memiliki kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu dan kematangan profesional.
 2. Memberikan pelayanan dan penghargaan kepada penggali ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni yang bernafaskan Islam.
 3. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pengkajian dan penelitian ilmiah.
 4. Menjunjung tinggi, mengamalkan, dan memberikan keteladanan dalam kehidupan atas dasar nilai-nilai Islam dan budaya luhur bangsa Indonesia.

3. Tujuan Pendidikan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

- 1) Menyiapkan mahasiswa agar menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan/atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, dan/atau menciptakan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni dan budaya yang bernafaskan Islam.

- 2) Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni dan budaya yang bernafaskan Islam, dan mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

4. Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai tanggal 15-16 Juni 2021, yang dilakukan di lingkungan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

5. Jumlah Subjek Penelitian

Jumlah subjek pada penelitian ini adalah 125 orang. Subjek merupakan mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang jenjang Sarjana angkatan 2017 sampai 2020 yang merupakan pengguna aktif media sosial *Tik-Tok*.

Tabel 4.1

Tabel Jumlah Sampel Masing-Masing Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah
2017	28
2018	29
2019	30
2020	37
Jumlah	125

6. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data

Dalam melaksanakan penelitian, ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut :

- a. Membuat angket penelitian dengan menggunakan media *google form*
- b. Menuliskan *identitas* secara lengkap dan jelas di halaman *google form*

- c. Menuliskan penjelasan singkat mengenai tujuan dalam pengambilan data menggunakan *google form*
- d. Menuliskan tata cara dalam pengisian angket
- e. Peneliti menyebarkan *google form* kepada beberapa mahasiswa dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya
- f. Peneliti menyebarkan *link google form* menggunakan *media sosial whatsapp*.

B. Hasil Pengukuran Variabel X

1) Uji Reliabilitas

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas Skala *Self Esteem*

Skala	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan	Jumlah Item Reliable
<i>Self Esteem</i>	0.801	<i>Reliable</i>	23

Berdasarkan tabel uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa skala yang digunakan dalam penelitian yang ditujukan kepada 125 responden dinyatakan *reliable*. Hal tersebut dikarenakan skor *Alpha Cronbach* pada kedua variabel $> 0,500$ yaitu pada aspek *self esteem* dihasilkan skor 0,801 dengan jumlah aitem yang tidak gugur atau memiliki skor $> 0,250$ sejumlah 23 item.

2) Uji Asumsi

Dalam penelitian ini terdapat beberapa uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas, dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk membuktikan bahwa data yang akan diuji berdistribusi normal atau tidak pada variabel *self esteem* (X) dan variabel kecenderungan narsistik (Y). Uji normalitas ini

menggunakan *SPSS* dengan teknik *one-sample Kolmogorov Smirnov Test*. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Namun apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi data dinyatakan tidak normal.

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas *Self Esteem*

Skala	<i>Sig</i>	Keterangan
<i>Self Esteem</i>	0.057	Normal

Tabel di atas merupakan hasil dari uji normalitas pada variabel *self esteem* dan variabel kecenderungan narsistik dari 125 subjek. Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi menghasilkan sebesar 0,057, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai berdistribusi normal dikarenakan nilai $p > 0,05$.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui kelinearitasan sebuah data dalam suatu penelitian.

Tabel 4.4
Hasil Uji Linearitas

Skala	<i>Sig</i>	Keterangan
<i>Self Esteem</i>	0.000	Linear

Berdasarkan tabel 4.4 ditunjukkan bahwa data variabel *self esteem* dan kecenderungan narsistik memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel dikarenakan skor yang dihasilkan $> 0,05$.

3) Analisis Deskriptif

Terdapat sejumlah analisis deskriptif yang dipaparkan dalam penelitian ini, hal tersebut bertujuan untuk memaparkan data dari hasil temuan dari masing-masing variabel. Berikut hasil deskripsi penelitian mengenai dua variabel *self esteem* (X) dan kecenderungan narsistik (Y).

a. Deskripsi Tingkat Self Esteem

Tingkat *self esteem* mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* dapat diketahui dengan membagi tiga kategorisasi, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Ketiga kategorisasi tersebut dapat diketahui dengan cara mengetahui nilai mean (M) dan standart deviasi (SD). Pada penelitian kali ini menggunakan skor hipotetik, dan akan dipaparkan mengenai nilai *mean* hipotetik, standar deviasi hipotetik, nilai minimum hipotetik, dan nilai maksimum hipotetik. Penjelasan secara lengkapnya akan dilampirkan melalui tabel berikut.

Tabel 4.5
Deskripsi Skor Hipotetik *Self Esteem*

Variabel	Mean	SD	Min	Max
<i>Self Esteem</i>	57	11	23	92

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dideskripsikan sebagai berikut. Pengukuran mengenai *self esteem* dilakukan dengan menggunakan skala yang berisi 23 item yang telah diuji reliabilitasnya, dengan 4 pilihan respon yang memiliki skor terendah 1 dan skor tertinggi 4. Jika dilakukan penghitungan dengan menggunakan skor hipotetik maka memiliki kemungkinan skor tertinggi adalah 92, skor terendah 23 dengan mean 57 dan standar deviasi 11.

Dengan mengetahui nilai mean (M) dan standart deviasi (SD), maka dapat diketahui tingkat kategorisasi *self esteem* pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Kategorisasi Tingkat *Self Esteem*

Kategori	Rumus	Hasil
Tinggi	$X \geq \text{Mean} + 1 \times \text{SD}$	$X \geq 68$
Sedang	$\text{Mean} - 1 \times \text{SD} \leq X < \text{Mean} + 1 \times \text{SD}$	$46 \leq X < 68$
Rendah	$X < \text{Mean} - 1 \times \text{SD}$	$X < 46$

Dengan melihat kategorisasi skala *self esteem* di atas, maka dapat diperoleh frekuensi dan presentase *self esteem* mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Kategorisasi Skor *Self Esteem*

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Tinggi	> 68	121	96,8%
Sedang	46 – 68	4	3,2%
Rendah	< 46	-	-

Berdasarkan tabel 4.7 yang menggunakan mean dan standart deviasi hipotetik diketahui bahwa terdapat 121 responden pada kategori tinggi dengan presentase 96,8% dari jumlah 125 responden secara keseluruhan. Didapat 4 responden pada kategori sedang dengan presentase 3,1% dari jumlah 125 responden secara keseluruhan. Dan tidak terdapat responden pada kategori rendah. Dengan melihat frekuensi tersebut, dapat dilihat bahwa dari 125 responden memiliki sikap *self esteem* dengan taraf yang berbeda-beda.

Gambar 4.1
Diagram Kategorisasi *Self Esteem*

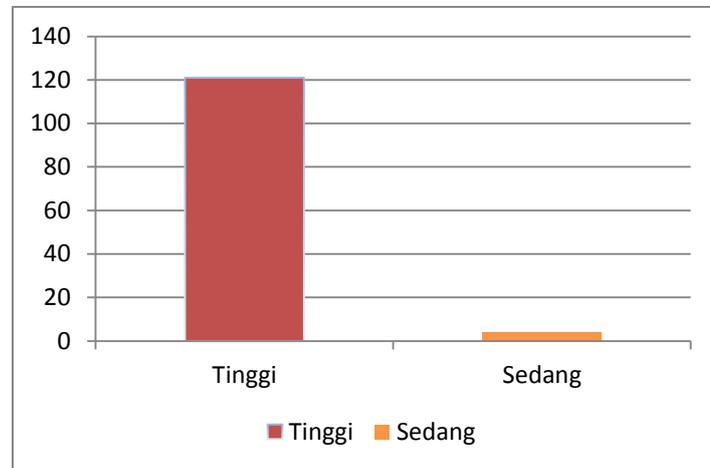


Diagram diatas menunjukkan bahwa responden paling banyak berada dalam kategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa tingkat *self esteem* responden termasuk tinggi.

C. Hasil Pengukuran Variabel Y

1) Uji Reliabilitas

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Skala Kecenderungan Narsistik

Skala	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan	Jumlah Item Reliable
<i>Self Esteem</i>	0.881	<i>Reliable</i>	18

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa skala yang digunakan dalam penelitian yang ditujukan kepada 125 responden dinyatakan *reliable*. Hal tersebut dikarenakan skor *Alpha Cronbach* pada kedua variabel $> 0,500$ yaitu pada aspek *self esteem* dihasilkan skor 0,881 dengan jumlah aitem yang tidak gugur atau memiliki skor $> 0,250$ sejumlah 18 item.

2) Uji Asumsi

Dalam penelitian ini terdapat beberapa uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas, dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk membuktikan bahwa data yang akan diuji berdistribusi normal atau tidak pada variabel *self esteem* (X) dan variabel kecenderungan narsistik (Y). Uji normalitas ini menggunakan *SPSS* dengan teknik *one-sample Kolmogorov Smirnov Test*. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Namun apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi data dinyatakan tidak normal.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Kecenderungan Narsistik

Skala	<i>Sig</i>	Keterangan
Kecenderungan Narsistik	0.739	Normal

Tabel di atas merupakan hasil dari uji normalitas pada variabel *self esteem* dan variabel kecenderungan narsistik dari 125 subjek. Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi menghasilkan sebesar 0,738, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai berdistribusi normal dikarenakan nilai $p > 0,05$.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui kelinearitasan sebuah data dalam suatu penelitian.

Tabel 4.10
Hasil Uji Linearitas

Skala	<i>Sig</i>	Keterangan
Kecenderungan Narsistik	0.000	Linear

Berdasarkan tabel 4.10 ditunjukkan bahwa data variabel *self esteem* dan kecenderungan narsistik memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel dikarenakan skor yang dihasilkan $> 0,05$.

3) Analisis Deskriptif

Terdapat sejumlah analisis deskriptif yang dipaparkan dalam penelitian ini, hal tersebut bertujuan untuk memaparkan data dari hasil temuan dari masing-masing variabel. Berikut hasil deskripsi penelitian mengenai dua variabel *self esteem* (X) dan kecenderungan narsistik (Y).

a. Deskripsi Tingkat Kecenderungan Narsistik

Tingkat kecenderungan narsistik mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* dapat diketahui dengan membagi tiga kategorisasi, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Ketiga kategorisasi tersebut dapat diketahui dengan cara mengetahui nilai mean (M) dan standart deviasi (SD). Pada penelitian kali ini menggunakan skor hipotetik, dan akan dipaparkan mengenai nilai *mean* hipotetik, standar deviasi hipotetik, nilai minimum hipotetik, dan nilai maksimum hipotetik. Penjelasan secara lengkapnya akan dilampirkan melalui tabel berikut.

Tabel 4.11
Deskripsi Skor Hipotetik Kecenderungan Narsistik

Variabel	Mean	SD	Min	Max
Kecenderungan Narsistik	45	9	18	72

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dideskripsikan sebagai berikut. Pengukuran mengenai kecenderungan narsistik dilakukan dengan menggunakan skala yang berisi 18 item yang telah diuji reliabilitasnya, dengan 4 pilihan respon yang memiliki skor terendah 1 dan skor tertinggi 4. Jika dilakukan penghitungan dengan menggunakan skor hipotetik maka

memiliki kemungkinan skor tertinggi adalah 72, skor terendah 18 dengan mean 45 dan standar deviasi 9.

Dengan mengetahui nilai mean (M) dan standart deviasi (SD), maka dapat diketahui tingkat kategorisasi kecenderungan narsistik pada tabel 4.12.

Tabel 4.12
Kategorisasi Tingkat Kecenderungan Narsistik

Kategori	Rumus	Hasil
Tinggi	$X \geq \text{Mean} + 1 \times \text{SD}$	$X \geq 54$
Sedang	$\text{Mean} - 1 \times \text{SD} \leq X < \text{Mean} + 1 \times \text{SD}$	$36 \leq X < 54$
Rendah	$X < \text{Mean} - 1 \times \text{SD}$	$X < 36$

Dengan melihat kategorisasi skala kecenderungan narsistik di atas, maka dapat diperoleh frekuensi dan presentase kecenderungan narsistik mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* pada tabel 4.13.

Tabel 4.13
Kategorisasi Skor Kecenderungan Narsistik

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Tinggi	> 54	22	17,6%
Sedang	$36 - 54$	75	60%
Rendah	< 36	28	22,4%

Berdasarkan tabel 4.13 yang menggunakan mean dan standart deviasi hipotetik diketahui bahwa terdapat 22 responden pada kategori tinggi dengan presentase 17,6% dari jumlah 125 responden secara keseluruhan. Didapat 75 responden pada kategori sedang dengan presentase 60% dari jumlah 125 responden secara keseluruhan. Dan terdapat 28 responden pada kategori

sedang dengan presentase 22,4% dari jumlah 125 responden secara keseluruhan. Dengan melihat frekuensi tersebut, dapat dilihat bahwa dari 125 responden memiliki kecenderungan narsistik, tetapi pada tara yang berbeda-beda.

Gambar 4.2
Diagram Kategorisasi Kecenderungan Narsistik

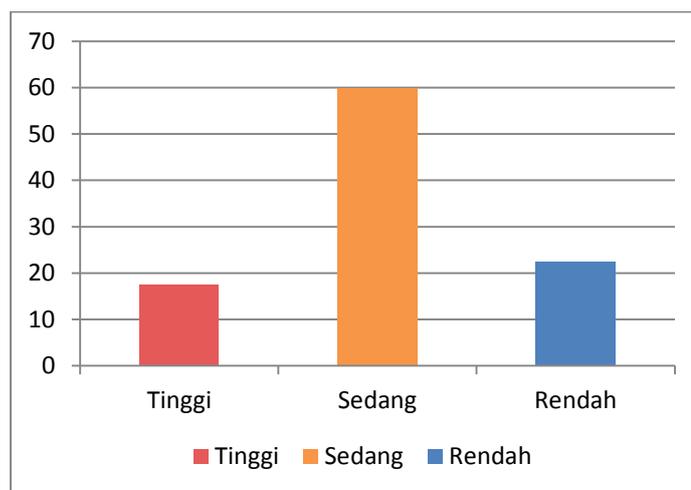


Diagram diatas menunjukkan bahwa responden paling banyak berada dalam kategori sedang. Hal ini menandakan bahwa tingkat kecenderungan narsistik responden termasuk moderat.

D. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk melihat apakah hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti diterima atau ditolak, atau dengan kata lain untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel *self esteem* (X) dengan kecenderungan narsistik (Y). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment pearson* dengan bantuan *SPSS For Windows versi 16*. Berikut hasil uji hipotesis yang dijelaskan pada tabel 4.14.

Tabel 4.14
Hasil Uji Hipotesis

		Self Esteem	Kecenderungan Narsistik
Self Esteem	Pearson Correlation	1	.485**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	125	125
Kecenderungan Narsistik	Pearson Correlation	.485**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	125	125

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai $p < \alpha$, yakni $0,000 < 0,05$. Dan pada tabel korelasi diatas dipaparkan hasil r_{xy} sebesar 0,485 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik, artinya semakin tinggi tingkat *self esteem* maka semakin tinggi pula tingkat kecenderungan narsistik mahasiswa.

E. Pembahasan

1. Tingkat *Self Esteem* Mahasiswa Pengguna Media Sosial Tik-Tok

Self esteem merupakan suatu penilaian individu terhadap dirinya sendiri. Apabila individu dapat menerima segala sesuatu yang ada pada dirinya maka individu dapat dikatakan individu memiliki *self esteem* yang positif. Namun sebaliknya, jika individu tidak mampu menerima segala sesuatu yang ada pada dirinya, maka dapat dikatakan individu tersebut memiliki *self esteem* yang rendah. *Self esteem* yang dimiliki oleh individu baik positif maupun negatif akan mempengaruhi cara penilaian individu tersebut terhadap diri sendiri dan lingkungan, sehingga dapat

mempengaruhi perilakunya, dan individu akan cenderung berperilaku sesuai dengan *self esteem* yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, tingkat *self esteem* pada mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada kategori tinggi memiliki presentasi sebanyak 96,8% dengan jumlah frekuensi sebanyak 121 orang, tingkat *self esteem* kategori sedang memiliki presentase sebanyak 3,2% dengan jumlah frekuensi sebanyak 4 orang. Dan dari 125 responden secara keseluruhan tidak ada yang masuk pada tingkat *self esteem* kategori rendah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat *self esteem* mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada taraf tinggi, yaitu dengan presentase 96,8% atau 121 mahasiswa dari 125 mahasiswa. Tingkat *self etseem* yang tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa sangat mampu untuk mengatur atau mengontrol tingkah laku, dan mendapatkan pengakuan atas tingkah laku tersebut, mahasiswa sangat mampu memiliki rasa kepedulian atau menerima rasa kepedulian, perhatian serta kasih sayang yang diberikan oleh orang lain terhadap individu. Selain itu mahasiswa sangat mampu memandang dirinya secara positif, sangat mampu menaati aturan serta norma yang berlaku, serta mampu untuk mencapai apa yang dicita-citakan atau diharapkan. *Self esteem* yang tinggi sangat penting bagi setiap individu, untuk membuat diri semakin tertantang dan terus berperilaku produktif dalam membuat perubahan yang lebih baik. Karena itu setiap orang perlu memahami dirinya sebagai seseorang yang berharga, mampu untuk menguasai tugas dan mampu menghadapi tantangan dalam kehidupan.

Aspek *self esteem* yang memiliki skor tertinggi adalah aspek kompeten, artinya aspek tersebut yang paling tinggi mempengaruhi tingkat *self esteem* mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kompeten merupakan suatu usaha yang tinggi untuk mendapatkan prestasi yang baik. Dengan adanya kemampuan yang

cukup, individu terasa yakin untuk mencapai apa yang dicita-citakan dan mampu mengatasi setiap masalah yang dihadapinya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bednar, Wells dan Peeterson (1995) dalam Santrock (2007:189) prestasi dapat meningkatkan harga diri. Mahasiswa mengembangkan harga diri yang lebih tinggi karena mereka mengetahui tugas-tugas yang penting untuk meraih tujuan mereka memiliki pengalaman untuk mencapai tujuan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan fakta di lapangan bahwa mahasiswa yang memiliki kemampuan serta kreativitas yang cukup baik, maka ia mampu membuat video *tik-tok* perkembangan *trend* dan menghasilkan video yang maksimal.

Baron, dkk (2004) mengemukakan bahwa *self esteem* berkaitan dengan bagaimana individu mempresepsikan dirinya secara keseluruhan. Penilaian atas dirinya dapat berbeda dengan persepsi ideal yang diinginkannya yang kemudian berpengaruh pada *self esteem*. Apabila perbedaan antara keadaan sebenarnya dengan persepsi idealnya besar, maka individu akan memiliki *self esteem* yang rendah, begitu juga sebaliknya (Sutjijoso. dkk, 2009). Dari paparan tokoh tersebut dapat ditarik garis besar bahwa apabila penilaian mahasiswa pengguna media sosial *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terhadap diri sendiri dengan keadaan sebenarnya yang ada di lingkungannya sama, maka *self esteem* mereka akan tinggi, begitu juga sebaliknya. Hal ini menurut peneliti menjadi salah satu alasan mengapa sebagian besar mahasiswa pengguna media sosial *tik-tok* UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori tinggi dan beberapa berada pada kategori sedang, dan tidak ada satupun yang memiliki *self esteem* rendah.

2. Tingkat Kecenderungan Narsistik Mahasiswa Pengguna Media Sosial Tik-Tok

Kecenderungan narsistik merupakan suatu kepribadian yang mana individu menunjukkan kehebatan, kebutuhan untuk dikagumi, serta kurang memiliki rasa empati terhadap orang lain. Individu yang mempunyai

kecenderungan narsisme lebih tertarik dengan hal yang hanya menyangkut dengan kesenangan pribadi.

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa tingkat kecenderungan narsistik pada kategori tinggi memiliki presentasi sebanyak 17,6% dengan jumlah frekuensi sebanyak 22 orang, tingkat kecenderungan narsistik kategori sedang memiliki presentase sebanyak 60% dengan jumlah frekuensi sebanyak 75 orang, dan tingkat kecenderungan narsistik kategori rendah memiliki presentase sebanyak 22,4% dengan jumlah frekuensi sebanyak 28 orang.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat kecenderungan narsistik mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada taraf sedang, yaitu dengan presentase 60% atau 75 mahasiswa dari 125 mahasiswa. Tingkat kecenderungan narsistik yang sedang menunjukkan bahwa mahasiswa cukup memiliki rasa kepentingan yang besar pada diri sendiri, cukup memiliki imajinasi mengenai kesuksesan, kecantikan, maupun kepopuleran, cukup memiliki kebutuhan untuk dikagumi, dan memiliki rasa empati yang sedang. Selain itu mahasiswa cukup berperilaku arogan dan angkuh, cukup memanfaatkan orang lain guna mendapatkan apa yang diinginkan, cukup merasa iri atas pencapaian orang lain, cukup merasa layak diperlakukan istimewa, serta mahasiswa cukup merasa bahwa dirinya paling istimewa, hebat dan spesial.

Aspek kecenderungan narsistik yang memiliki skor tertinggi yang dapat diartikan sebagai aspek yang paling mempengaruhi tingkat kecenderungan narsistik mahasiswa pengguna media sosial *Tik-Tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah aspek memiliki rasa kepentingan diri sendiri yang besar. Staniwan (dalam Kristanto, 2012), menyatakan bahwa ciri-ciri individu yang memiliki kecenderungan narsistik adalah senang membanggakan tentang kehebatan yang dimilikinya. Hal tersebut sesuai dengan fakta di lapangan bahwa mahasiswa yang memiliki rasa kepentingan diri sendiri yang besar merasa

dapat diandalkan dalam banyak hal dengan tujuan ingin dianggap sebagai orang yang mampu melakukan suatu pekerjaan yang tergolong sulit dilakukan, selain itu mahasiswa terkadang menganggap orang lain tidak terlalu penting, seperti lebih senang membuat video *tik-tok* sendirian daripada harus beramai-ramai dengan teman-temannya, serta enggan memperdulikan komentar yang diberikan oleh orang lain.

Individu dengan tingkat kecenderungan narsistik tinggi menilai bahwa dirinya hebat, merasa spesial, senang menjadi pusat perhatian, serta mencoba untuk memamerkan segala sesuatu yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Najib dan Erawati (2018) mengungkapkan bahwa narsistik merupakan sebagai wujud tampilan fisik seseorang guna mendapatkan status sosial, seperti kepentingan akan penampilan, keinginan untuk menjadi pusat perhatian orang lain. Sedangkan individu dengan tingkat kecenderungan narsistik rendah tidak suka ketika menjadi pusat perhatian orang lain, merasa malu ketika dipuji penampilannya, dan tidak suka memamerkan segala sesuatu yang dimiliki (Najib & Erawati, 2018).

3. Hubungan Antara *Self Esteem* Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial *Tik-Tok*

Berdasarkan hasil data yang telah dilakukan analisis dengan menggunakan korelasi *product moment pearson* dengan bantuan *Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 16 for Windows* didapatkan hasil yang signifikan. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa adanya hubungan antara variabel *self esteem* dengan variabel kecenderungan narsistik. Nilai signifikansi dari perhitungan tersebut adalah (p) 0,000 dengan besar korelasi antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik adalah (r) 0,485. Pada analisis data tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_1) yang diajukan oleh peneliti diterima dan hipotesis (H_0) dinyatakan ditolak, yang

artinya ada hubungan positif antara variabel *self esteem* dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Semakin tinggi tingkat *self esteem* maka semakin tinggi tingkat kecenderungan narsistik. Namun sebaliknya, semakin rendah tingkat *self esteem* maka semakin rendah pula tingkat kecenderungan narsistik. Dapat dilihat dari analisis data tersebut bahwa *self esteem* memiliki sumbangsih terhadap kecenderungan narsistik sebesar 23,5%, yang menjadi presentase dalam penelitian ini tidak terlalu tinggi dikarenakan ada beberapa variabel lain yang mempengaruhi namun belum terungkap dalam penelitian.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Clarke (2014) mengungkapkan bahwa banyak sekali faktor yang melatarbelakangi narsistik, salah satunya yaitu harga diri. Penelitian lain dari Drestya (2013) yang dilakukan terhadap mahasiswa pengguna *path* juga mengungkapkan bahwa media sosial digunakan untuk menunjukkan identitas diri. Eksistensi tersebut ditunjukkan dalam aktifitas-aktifitas dalam meng-*update* status dan membagikan foto ke media sosial. Media sosial merupakan wadah yang tepat bagi individu narsistik untuk memenuhi kebutuhannya tersebut sebagaimana media sosial memberikan kebebasan terhadap penggunaannya untuk menjalin relasi dengan pengguna lain dalam jangkauan yang tidak terbatas (Bergman dkk, 2011).

Pada umumnya dalam diri seseorang terdapat kecenderungan untuk mengagumi dirinya sendiri, dimana hal ini berkaitan dengan *self esteem*. Ketika orang merasakan adanya hal-hal positif yang ada pada dirinya maka ia akan menyukai dirinya sendiri dan mengembangkan perasaan bahwa dirinya berharga. Hal ini memberikan ketenangan batin dan merupakan sumber bagi kesehatan mental. Mengagumi diri sendiri dalam batas tertentu justru merupakan indikasi kesehatan mental.

Ketika individu merasa senang ketika dipuji dan dihargai oleh orang lain, maka individu akan menilai bahwa dirinya berharga dan berguna. Ketika merasa berharga dan berguna, maka akan menimbulkan individu

lebih bersemangat dalam menjalani kehidupan dan akan melakukan lebih baik lagi dalam berkarya. Perasaan berharga seringkali didapat melalui keberhasilan, kesuksesan, sehingga hal tersebut akan membuat orang lain memberikan pengakuan kepadanya. Banyak hal lain yang melatarbelakangi seseorang merasa dirinya berharga, seperti kekayaan, keberhasilan, prestasi, keahlian yang dimiliki, serta kedudukan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sarwono (2012), mengungkapkan bahwa narsistik merupakan salah satu tingkah laku yang dilakukan oleh individu dengan tingkat *self esteem* tinggi. *Self esteem* yang tinggi mencerminkan superioritas terhadap orang lain dan individu merasa termotivasi untuk mempertahankan. Hal ini selaras dengan penelitian Pradana (2009), mengungkapkan bahwa individu yang menggunakan media sosial secara aktif akan melakukan segala cara guna mempertahankan harga dirinya. Individu dengan tingkat *self esteem* tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di media sosial. Namun individu dengan *self esteem* rendah cenderung mengkhawatirkan tentang apa yang mereka posting di media sosial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang didapat hasil penelitian dan analisa data yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat *self esteem* pada pengguna media sosial *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah terbagi menjadi tiga kategori, yakni kategori tinggi, sedang, dan rendah. Pada kategori tinggi memiliki presentasi sebanyak 96,8% dengan jumlah frekuensi sebanyak 121 orang dari 125 responden secara keseluruhan, yang artinya pada kategori ini hampir memenuhi indikator-indikator *self esteem* sama. Pada tingkat *self esteem* kategori sedang memiliki presentase sebanyak 3,2% dengan jumlah frekuensi sebanyak 4 orang dari 125 responden secara keseluruhan, artinya responden pada kategori ini hampir secara keseluruhan memenuhi indikator *self esteem*. Dan dari 125 responden secara keseluruhan tidak ada yang masuk pada tingkat *self esteem* kategori rendah.
2. Tingkat kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial *tik-tok* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah terbagi menjadi tiga kategori, yakni kategori tinggi, sedang, dan rendah. Pada kategori tinggi memiliki presentasi sebanyak 22,4% dengan jumlah frekuensi sebanyak 28 orang dari 125 responden secara keseluruhan, yang artinya responden pada kategori ini hampir memenuhi indikator-indikator kecenderungan narsistik. Pada kategori sedang memiliki presentase sebanyak 60% dengan jumlah frekuensi sebanyak 75 orang dari 125 responden secara keseluruhan, artinya responden pada kategori ini memenuhi setengah atau lebih dari indikator kecenderungan narsistik. Dan pada kategori rendah memiliki presentase sebanyak 17,6% dengan

jumlah frekuensi sebanyak 22 orang dari 125 responden secara keseluruhan, yang artinya kurang memenuhi indikator dalam kecenderungan narsistik.

3. Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan *Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 16 for Windows* didapatkan hasil yang signifikan (p) 0,000 dengan besar korelasi antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik adalah (r) 0,485. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa ada hubungan yang positif antara *self esteem* dengan kecenderungan narsistik. selain itu diketahui bahwa *self esteem* memiliki sumbangsih terhadap kecenderungan narsistik sebesar 23,5%, yang mana 76,5% kecenderungan narsistik dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Subjek Penelitian
Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat *self esteem* pada mahasiswa pengguna media sosial *tik-tok* berada pada kategori tinggi dan tingkat kecenderungan narsistik berada pada kategori sedang. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada subjek diharapkan lebih bijak dalam menggunakan media sosial *tik-tok*, lebih menjaga privasi untuk melindungi akun yang dimiliki serta mampu bertanggung jawab atas penggunaan media sosial khususnya *tik-tok*.
2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk meningkatkan kualitas penelitian lebih lanjut khususnya yang berkaitan dengan *self esteem* dan kecenderungan narsistik pada pengguna media sosial *tik-tok* disarankan menyempurnakan hasil penelitian ini dengan mencari variabel lain dan faktor-faktor penyebab kecenderungan narsistik yang lebih sesuai dengan karakteristik populasi yang akan diteliti nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi & Yudiati. (2009). *Harga Diri dan Kecendrungan Narsisme pada Pengguna Friendster*. *Jurnal Psikologi* 3 (I), 25-32.
- Apriliani, F. (2015). *Narsisme Facebooker ditinjau dari Self-esteem*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta.
- Azwar, S. (2015). *Dasar-dasar Psikometrika Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Camelia, N. D. (2020). *Pengaruh Contextual Age dan Narsisme Terhadap Penggunaan Tik Tok Peserta Kompetisi Challenge #TikTokMubarak*. Naskah Publikasi. Universitas Padjajaran: Sumedang.
- Clarke, I. E., Karlov, L., & Neale, N. J. (2015). The many faces of narcissism: Narcissism factors and their predictive utility. *Personality and Individual Differences*, 81, 90-95.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman
- Dewi, C. G., & Ibrahim, Y. (2019). Hubungan Self-esteem (harga diri) dengan perilaku narsisme pengguna media sosial instagram pada siswa SMA. *Jurnal Neo Konseling*, 1(2).
- Elliya, R., & Rahma, A. (2020). Hubungan Harga Diri Dengan Gejala Narsistik (*Narcissitic Personality Disorder*) Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Malahayati. *Malahayati Nursing Journal*, 2(2), 305-316.
- Haikal, M. (2018). Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Mahasiswa Pengguna Instagram di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. *Skripsi*. Banda Aceh: Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

- Hermivia, O., Yulidar, I & Marjohan. (2014). Hubungan Self-Esteem dengan Motivasi Belajar Remaja Panti Asuhan 'Aisyiyah Daerah Cabang Lubuk Begalung Padang. *Jurnal Konseling dan Pendidikan 2 (2)*, 14-18.
- Kristanto, S. (2012). Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna *Facebook*. *Journal of social and industrial psychology, 1(1)*.
- Lam, Z. K. W. (2012). Narcissism and Romantic Relationship: The Mediating Role of Perception Discrepancy. *Discovery – SS Student E-Journal, 1(1)*, 1-20
- Linangimah, N. (2018). Hubungan antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Remaja Pengguna Jejaring Sosial. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Maulina, A. V. (2017). Hubungan antara Harga Diri dengan Narsis pada Remaja Pengguna Path. Skripsi. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology*. New York : The McGraw-Hill Companies
- Nainggolan, Y. T. (2012). Hubungan Konformitas dengan Body Image Pada Remaja Putri di SMA Laksamana Martadinata Medan. Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
- Nurdiana, R. Y. W. (2018). Hubungan Narsisme Dan Perilaku Selfie (Self-Potrait Sharing) Pada Mahasiswa. Skripsi. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nurvita, V., & Handayani, M. M. (2015). Hubungan antara self-esteem dengan body image pada remaja awal yang mengalami obesitas. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental, 4(1)*, 41-49.

- Ratri, Handita Diana. (2018). Hubungan Pengguna Media Sosial Dengan Tingkat Harga Diri Remaja Di SMA Negeri 2 Jember. Skripsi. Jember: Fakultas Keperawatan Universitas Jember.
- Riyanita, R., & Supradewi, R. (2020). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Media Sosial "Instagram" Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang*. Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humaniora.
- Rosenberg. (1965). *Society and The Adolescent Self-Image*. Princenton: University Press.
- Salsabilla, S. (2020). Model Bimbingan Kelompok Berbantuan Aplikasi Tik-Tok Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik di SMA Banjarmasin. Skripsi. Banjarmasin: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Santi, N. N. (2017). Dampak Kecenderungan Narsiscisme Terhadap Self Esteem Pada Pengguna Facebook Mahasiswa PGSD UNP. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 25-30.
- Santrock, J.W. (2007). *Adolescent-Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga
- Santrock, John W. (2011). *Perkembangan Anak Edisi 7 Jilid 2*. (Terjemahan: Sarah Genis B) Jakarta: Erlangga.
- Setiawan, R. (2016). Hubungan antara self-esteem dengan narsisme pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sitorus, F. G. (2018). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Kota Medan). Skripsi. Sumatera Utara: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Srisayekti, Wilis dan Setiady, David A. (2015). Harga diri (Self Esteem) Terancam dan Perilaku Menghindar. *Jurnal Psikologi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tanjung, E. A. S. (2018). Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Psychological Well-Being pada Lansia di Panti Jompo Yayasan Guna Budhi Bakti Medan. Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
- Wahyuni, N. S., & Alfita, L. (2017). *Hubungan Antara Self Esteem Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Remaja Pengguna Jejaring Sosial di SMA Swasta Sinar Husni*.
- Wibowo, Y., & Silaen, S. M. J. (2018). Hubungan Self-esteem dan Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Perilaku Narsisme di Kalangan Siswa Kelas VIII Smpk Penabur Bintaro Jaya. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 109-115.
- Yusuf, L. & Bagus, R.C. (2012). Harga Diri pada Remaja Menengah Putri di SMA Negeri 15 Kota Semarang. *Jurnal Nursing Studies*. Volume 1, Nomor 1 Tahun 2012, Halaman 225-230. Online di : <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/nursing>. Diakses 18 Maret 2014.
- Zadrian, A & Indah, S. (2017). *Social Media and Quality of Subjective Well-Being; Counseling Perspective in Digital Era. Proceeding International Counseling and Education Seminar (ICES)*. Universitas Negeri Padang. Jurnal.
- <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y> diakses pada tanggal 11 Februari 2020 pada 17.37

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200825104121-37-181742/berapa-pengguna-aktif-tiktok-di-dunia-jangan-kaget-yah> diakses pada tanggal 25 Agustus 2020 pada 11.02

<https://www.liputan6.com/tekno/read/4324103/orang-indonesia-kedua-paling-banyak-unduh-tiktok-per-juli-2020> diakses pada tanggal 06 Agustus 2020 pada 16.30

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Bukti Konsultasi Skripsi

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Vina Anjarsari

NIM : 17410188

Pembimbing : Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si, Psikolog

Judul : Hubungan *Self Esteem* Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial *Tik-Tok* Di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

No.	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	TTD
1.	05 Desember 2020	Konsep Penelitian	
2.	06 Januari 2021	Bab I	
3.	27 Januari 2021	Bab I-II	
4.	19 Februari 2021	Bab I-III	
5.	22 Februari	Bab I-III	
6.	7 April 2021	Konsultasi Skala	
7.	23 Mei 2021	Konsultasi Skala	
8.	27 Mei 2021	Konsultasi Skala	
9.	18 Juni 2021	Bab IV-V	
10.	19 Juni 2021	Bab IV-V	

Malang, 20 Juni 2021

Dosen Pembimbing

Dr. Iin Tri Rahayu, M. Si, Psi.
NIP. 19720718 199903 2 001

LAMPIRAN 2

SKALA PENELITIAN

Nama/Inisia :
 Umur :
 Fakultas/Jurusan :
 Angkatan :
 Jenis Kelamin : L/P

Petunjuk pengerjaan

Dalam pernyataan dibawah ini, tidak ada pernyataan yang salah. Karena jawaban yang benar adalah yang sesuai dengan diri anda.

1. Bacalah dengan seksama
2. Pilihlah Anda cukup memilih salah satu nomor yang sesuai dengan keadaan diri dengan alternative jawaban sebagai berikut:
 - SS : Sangat Sesuai
 - S : Sesuai
 - TS : Tidak Sesuai
 - STS : Sangat Tidak Sesuai
3. Kerjakan secara runtut
4. Selamat menegrjakan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya senang ketika banyak yang menonton video saya di <i>tik-tok</i>				
2.	Teman-teman meminta pendapat saya mengenai videonya yang akan diupload ke <i>tik-tok</i>				
3.	Teman-teman memberikan ide untuk video <i>tik-tok</i>				

	saya selanjutnya				
4.	Teman-teman mendengarkan ketika saya mengutarakan pendapat				
5.	Teman-teman menolak saran yang saya berikan				
6.	Pendapat saya lebih sering diterima daripada ditolak oleh orang lain				
7.	Teman-teman memberikan <i>like</i> dan mengikuti akun <i>tik-tok</i> saya				
8.	Saya kurang mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan pendapat				
9.	Saya merasa percaya diri ketika membuat video <i>tik-tok</i> di tempat umum				
10.	Saya yakin dapat melakukan hal yang terbaik dalam hidup saya				
11.	Membuat video <i>tik-tok</i> di tempat umum adalah hal yang sangat memalukan bagi saya				
12.	Saya mempunyai penilaian yang rendah mengenai diri saya				
13.	Saya merasa teman-teman banyak yang menyayangi saya				
14.	Saya menerima bantuan dari orang lain ketika dalam kesulitan				
15.	Saya kurang mendapatkan pujian dari orang lain				
16.	Tidak ada teman-teman yang peduli saat saya bersedih				
17.	Saya mudah beradaptasi di lingkungan baru				
18.	Saya mudah mendapatkan teman di lingkungan baru				

19.	Saya merasa mendapatkan perlakuan kurang baik dari teman-teman				
20.	Apapun yang saya lakukan, sesuai norma yang diberlakukan orang sekitar				
21.	Saya taat pada peraturan yang berlaku				
22.	Terkadang saya memilih berbeda meskipun tidak sesuai norma				
23.	Saya mampu untuk meraih kesuksesan				
24.	Saya mampu membuat video <i>tik-tok</i> mengikuti perkembangan <i>trend</i>				
25.	Bagi saya sulit mendapatkan banyak <i>followers</i> seperti orang lain				
26.	Saya merasa bahwa saya orang yang gagal				
27.	Saya menuntut diri agar mempunyai prestasi dan berhasil mewujudkannya				
28.	Saya lebih unggul dari teman-teman dalam hal kreativitas				
29.	Meskipun pernah gagal, saya berani untuk mencoba lagi				
30.	Saya mudah putus asa ketika mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan				

Selamat Melanjutkan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya dapat diandalkan dalam banyak hal				
2.	Saya lebih suka membuat video <i>tik-tok</i> sendirian daripada beramai-ramai				

3.	Saya kurang memperdulikan komentar orang lain				
4.	Saya merasa bahwa diri saya biasa saja				
5.	Saya berangan-angan video saya masuk <i>fyp</i> di <i>tik-tok</i>				
6.	Saya merasa harus memiliki <i>followers</i> banyak di <i>tik-tok</i>				
7.	Saya enggan memperdulikan <i>like</i> dan komentar di akun <i>tik-tok</i> saya				
8.	Banyaknya jumlah <i>followers tik-tok</i> bukanlah hal yang penting bagi saya				
9.	. Saya selalu ingin dipuji di setiap video yang saya <i>upload</i>				
10.	Terkadang ada perasaan gelisah apabila mendapatkan <i>like</i> dan komentar yang sedikit di <i>tik-tok</i>				
11.	Saya tidak mengharapkan pujian di setiap video yang di <i>upload</i>				
12.	Pencapaian yang saya dapatkan hanya untuk kepuasan sendiri				
13.	Saya merasa diperlakukan istimewa oleh teman-teman saya				
14.	Saya merasa kecewa apabila tidak bisa mendapatkan apa yang saya inginkan				
15.	Saya tidak peduli orang lain menghargai saya atau tidak				
16.	Saya hanya peduli dengan unggahan di <i>tik-tok</i> saya sendiri				
17.	Karena terlalu asyik membuat video <i>tik-tok</i> , saya mengabaikan teman yang membutuhkan bantuan				

18	Saya turut merasakan apa yang dialami orang lain pada video <i>tik-tok</i> yang diunggahnya				
19.	Saya memanfaatkan teman saya untuk menunjang popularitas				
20.	Saya lebih senang sekelompok dengan orang-orang yang memberikan keuntungan kepada saya				
21.	Saya enggan memanfaatkan teman yang memiliki <i>followers</i> banyak guna mendapatkan <i>viewers</i> dan <i>like</i>				
22.	Saya merasa iri video <i>tik-tok</i> orang lain lebih banyak <i>like</i> dan komentarnya dibanding video saya				
23.	Saya ikut senang ketika video teman saya mendapatkan banyak <i>like</i> dan <i>viewers</i>				
24.	Saya tidak akan terima jika ada komentar buruk di dalam unggahan saya				
25.	<i>Tik-tok</i> saya memiliki <i>viewers</i> dan <i>followers</i> cukup banyak				
26.	Saya menerima dengan ikhlas jika video <i>tik-tok</i> saya mendapatkan komentar negatif				
27.	Saya memiliki keahlian khusus yang tidak dimiliki oleh orang lain				
28.	Video yang saya unggah di <i>tik-tok</i> menarik perhatian setiap orang				
29.	Saya kurang kreatif dalam membuat video <i>tik-tok</i>				
30.	Saya pikir, tidak ada yang spesial pada diri saya				

LAMPIRAN 3

Keseluruhan Skor Aitem Variabel *Self Esteem*

No/ No.Aitem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13	14	16	19	21	22	24	25	26	27	29	30	Σ
1	4	4	4	4	3	2	2	3	1	4	3	4	4	3	3	4	4	1	2	4	4	4	4	75
2	4	3	2	4	3	2	4	3	1	4	2	2	3	3	3	3	3	1	2	2	3	4	2	63
3	1	1	1	4	4	3	1	4	1	4	3	4	4	1	2	4	4	1	1	3	4	4	3	62
4	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2	55
5	2	2	4	3	3	2	3	2	3	4	2	4	3	2	2	3	1	4	2	2	4	4	4	65
6	4	3	2	3	2	3	4	2	2	4	3	4	4	2	2	3	2	4	1	2	3	3	2	64
7	1	1	2	2	4	2	3	2	1	4	4	3	4	4	3	4	2	1	2	4	3	4	3	63
8	3	1	1	3	3	3	2	4	1	4	2	3	4	4	4	4	3	2	1	4	2	4	1	63
9	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	58
10	1	1	1	3	3	3	1	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	1	2	4	3	4	3	60
11	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	2	2	3	2	4	2	3	3	72
12	1	1	1	3	4	2	1	4	1	4	4	4	4	4	3	4	3	1	1	3	3	4	3	63
13	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	1	3	4	4	2	77
14	3	4	4	4	4	3	3	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	81
15	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	3	83
16	4	2	3	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	63
17	1	4	2	3	4	3	3	4	1	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	3	69
18	4	3	1	4	4	4	3	4	1	4	1	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	4	76
19	1	1	1	2	2	3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	4	1	3	1	2	4	4	2	54
20	4	3	3	4	3	4	2	3	2	4	2	3	3	3	1	4	3	2	3	3	3	3	2	67
21	3	1	1	3	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	2	67

22	3	4	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	64
23	3	3	2	4	3	2	3	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	4	4	3	71
24	4	2	2	2	3	2	4	3	1	2	2	3	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	3	68
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	87
26	3	2	3	3	3	3	1	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	4	4	67
27	3	3	3	4	4	3	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	70
28	4	3	2	3	4	3	4	3	1	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	74
29	3	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	3	73
30	4	3	1	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	4	3	67
31	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	61
32	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	4	3	3	2	1	4	3	4	4	68
33	4	3	2	4	2	4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	4	2	67
34	1	2	1	3	3	1	1	2	1	4	4	3	3	4	3	4	3	1	4	4	4	4	4	64
35	4	2	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	2	68
36	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	86
37	4	3	2	4	2	4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	4	2	67
38	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	86
39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	88
40	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	80
41	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	83
42	3	4	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	61
43	3	2	2	3	3	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	63
44	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4	1	4	4	4	2	4	3	4	1	3	4	4	4	77
45	2	2	2	3	3	2	1	2	1	4	2	2	3	2	4	3	2	1	1	1	4	4	1	52
46	4	1	1	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	2	4	3	73
47	2	1	1	4	3	1	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	2	4	1	4	2	4	3	67
48	3	4	3	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	2	2	4	2	4	2	2	3	4	1	60

49	4	3	2	2	3	2	3	3	1	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	4	3	70
50	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	59
51	3	3	2	3	2	3	2	2	1	4	4	4	4	2	3	4	2	2	2	4	3	4	3	66
52	4	2	1	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	4	4	3	4	1	1	2	3	4	3	64
53	4	2	3	3	3	3	4	4	1	2	2	3	4	4	4	3	3	4	1	4	2	3	2	68
54	1	2	2	3	2	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	1	65
55	4	3	4	1	4	1	3	3	3	2	1	4	4	3	2	3	1	2	2	1	4	4	4	63
56	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	3	2	4	1	1	1	4	4	4	4	4	65
57	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	65
58	3	1	2	3	2	2	1	3	1	4	2	3	3	4	3	3	1	3	3	3	4	4	2	60
59	3	4	4	4	1	3	4	2	4	4	1	4	3	2	2	4	1	4	1	1	3	3	1	63
60	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	81
61	3	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	62
62	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	4	3	2	4	1	4	1	3	3	68
63	3	3	2	3	3	4	2	4	1	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	68
64	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	71
65	3	1	1	3	4	2	1	4	1	4	3	4	3	4	4	3	3	1	2	4	1	3	3	62
66	4	3	1	3	4	3	4	4	1	4	1	3	1	4	4	4	4	1	1	4	4	3	2	67
67	4	2	3	3	3	2	2	4	1	4	2	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	4	4	68
68	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	82
69	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	86
70	4	2	2	3	2	2	3	3	1	4	3	3	4	1	3	4	3	2	1	3	4	4	2	63
71	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	1	65
72	4	1	2	2	3	3	1	2	1	4	3	3	4	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	60
73	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	3	84
74	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	1	2	2	3	2	62
75	4	3	2	4	3	4	2	4	2	4	1	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	77

76	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68	
77	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	2	73
78	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	1	3	4	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	68
79	2	3	3	4	3	2	1	4	1	1	2	4	4	2	1	4	1	1	4	3	2	3	2	57
80	4	2	3	3	3	3	4	4	1	2	2	3	4	4	4	3	3	4	1	4	2	3	2	68
81	3	1	1	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	1	4	4	74
82	4	4	3	4	2	3	3	1	2	3	2	3	4	4	1	3	2	3	2	2	3	4	1	63
83	4	3	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	3	4	1	79
84	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	85
85	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	74
86	2	1	1	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	1	3	2	2	2	2	3	1	4	2	58
87	2	3	3	3	4	1	1	2	1	1	1	4	4	3	1	3	2	1	1	2	3	3	1	50
88	1	1	2	2	3	2	2	3	1	4	2	3	3	3	1	4	1	2	1	3	3	3	1	51
89	4	1	4	4	3	4	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	4	1	1	3	4	4	4	72
90	1	1	1	3	3	3	1	4	1	4	4	4	2	2	4	4	2	1	3	4	4	3	4	63
91	3	4	4	3	3	3	1	2	1	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	4	3	2	65
92	4	3	3	3	3	3	3	2	1	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	4	4	69
93	4	4	4	4	3	2	4	2	2	4	3	4	4	3	3	3	2	4	2	2	4	4	3	74
94	2	3	2	4	3	3	3	4	1	4	1	2	3	3	3	3	2	1	1	2	4	3	1	58
95	3	2	1	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	1	2	3	3	3	64
96	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	82
97	3	3	3	3	3	3	1	4	1	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	63
98	3	2	2	3	3	3	3	3	1	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	3	3	3	69
99	4	1	2	4	2	4	2	4	1	3	1	3	4	3	4	2	1	3	1	3	4	3	1	60
100	3	1	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	58
101	1	4	4	4	3	4	2	4	1	4	2	3	4	4	4	3	3	3	1	4	2	3	2	69
102	4	4	4	4	2	4	3	1	2	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	75

103	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	78
104	4	2	3	4	4	3	3	3	1	4	2	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	4	1	71
105	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	61
106	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	76
107	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	79
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	87
109	4	1	1	3	4	3	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	67
110	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	77
111	2	2	3	4	4	4	2	3	1	4	3	4	4	3	4	3	2	2	3	4	1	2	2	66
112	3	2	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	72
113	4	3	3	4	3	4	4	1	1	3	1	4	4	3	3	4	4	2	1	1	4	2	2	65
114	4	1	1	4	3	3	1	4	1	4	4	4	3	4	1	3	2	2	2	4	4	4	4	67
115	4	2	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	81
116	4	2	2	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	4	3	3	65
117	3	2	4	3	3	4	1	3	3	4	4	3	3	3	2	4	2	3	3	1	4	4	3	69
118	1	2	1	3	2	2	1	2	3	4	1	1	3	2	1	3	3	1	1	2	3	3	1	46
119	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	1	3	2	4	2	4	4	4	3	79
120	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	82
121	4	2	2	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	77
122	3	3	2	3	3	2	2	3	1	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	62
123	4	4	4	1	4	3	3	2	4	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	68
124	1	3	2	4	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	75
125	2	1	1	3	4	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	3	4	3	70

LAMPIRAN 4

Keseluruhan Skor Aitem Variabel Kecenderungan Narsistik

No/No.Aitem	1	2	3	4	6	7	9	11	13	14	15	16	18	19	22	24	27	28	Σ
1	3	4	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	1	1	1	2	3	3	42
2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	32
3	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	4	3	1	1	3	4	2	34
4	2	1	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	1	1	2	2	3	3	37
5	4	3	4	3	2	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	4	4	4	56
6	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	23
7	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	3	1	1	3	2	32
8	2	1	1	3	3	2	2	1	3	1	1	3	3	2	1	2	2	1	34
9	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	2	2	3	2	3	2	2	32
10	2	2	1	2	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	31
11	3	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	26
12	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	2	27
13	1	1	2	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	1	3	39
14	3	3	1	1	2	2	1	3	3	2	1	1	1	2	1	1	2	2	32
15	3	3	1	3	4	2	3	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	47
16	4	2	3	3	3	2	1	2	4	2	3	3	3	2	1	3	3	2	46
17	1	3	1	3	2	3	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	1	1	33
18	4	3	1	1	3	3	1	1	2	3	1	4	2	3	1	1	3	4	41
19	1	1	1	2	3	3	2	2	1	1	1	2	3	3	2	3	4	2	37

20	1	3	3	3	4	1	2	2	3	1	3	2	3	2	2	2	1	1	39
21	3	1	1	3	3	2	3	2	3	1	1	3	3	2	3	3	4	2	43
22	3	4	2	3	2	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	3	2	45
23	3	3	2	4	2	3	2	2	3	3	2	4	2	3	2	2	4	2	48
24	4	2	2	2	2	4	1	2	4	2	2	2	2	4	1	4	4	3	47
25	4	1	1	3	3	3	4	1	4	2	2	1	3	3	3	1	1	2	42
26	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	3	1	2	3	3	3	46
27	3	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	4	3	3	1	2	4	3	51
28	3	4	2	3	3	4	1	2	4	3	2	3	3	4	1	3	3	3	51
29	4	3	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	3	4	2	2	4	3	57
30	4	3	1	4	4	3	2	3	4	3	1	4	4	3	2	3	4	4	56
31	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	44
32	4	4	1	1	3	3	1	1	2	1	3	3	2	3	3	2	1	4	42
33	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	2	3	2	58
34	1	2	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	4	1	1	27
35	4	2	2	3	2	4	2	2	4	2	2	3	2	4	2	2	3	3	48
36	2	4	3	3	2	4	2	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	57
37	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	2	3	2	58
38	3	1	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	2	3	52
39	1	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	60
40	3	3	1	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	52
41	2	2	2	4	4	3	3	2	1	4	3	3	3	4	3	3	1	1	48
42	3	4	2	3	3	2	1	1	3	4	2	3	3	2	1	2	3	2	44
43	3	2	2	3	3	4	1	2	3	2	2	3	3	4	1	2	3	3	46

44	4	4	4	4	2	2	1	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	3	59
45	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	3	2	27
46	4	1	1	4	3	4	1	1	4	1	1	4	3	4	1	1	2	3	43
47	2	1	1	4	1	3	1	2	2	1	1	4	1	3	1	4	2	1	35
48	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	56
49	4	3	2	2	2	3	1	2	4	3	2	2	2	3	1	2	2	3	43
50	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	51
51	3	3	2	3	3	2	1	2	3	3	2	3	3	2	1	2	3	3	44
52	4	2	1	3	2	3	1	1	4	2	1	3	2	3	1	1	3	4	41
53	4	2	3	3	3	4	1	1	4	2	3	3	3	4	1	4	2	1	48
54	1	2	2	3	3	3	2	1	1	2	2	3	3	3	2	3	4	4	44
55	4	3	4	1	1	3	3	3	4	3	4	1	1	3	3	2	4	4	51
56	1	1	1	4	4	1	4	4	1	1	1	4	4	1	4	1	4	4	45
57	4	2	2	1	1	3	2	3	3	1	2	3	3	1	3	3	3	1	41
58	3	1	2	3	2	1	1	1	3	1	2	3	2	1	1	3	4	3	37
59	3	4	4	4	3	2	2	4	1	3	1	1	3	3	3	4	2	2	49
60	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	66
61	3	4	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	51
62	4	3	3	3	3	3	2	1	4	3	3	3	3	3	2	4	1	2	50
63	3	3	2	3	4	2	1	1	3	3	2	3	4	2	1	3	3	2	45
64	3	2	2	4	3	4	3	2	3	2	2	4	3	4	3	3	3	2	52
65	3	1	1	3	2	1	1	4	3	1	1	3	2	1	1	1	1	2	32
66	4	3	1	3	3	4	1	1	4	3	1	3	3	4	1	1	4	1	45
67	4	2	3	3	2	2	1	1	4	2	3	3	2	2	1	3	3	2	43

68	4	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	56
69	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	64
70	4	2	2	3	2	3	1	1	4	2	2	3	2	3	1	2	4	3	44
71	1	1	1	1	2	3	1	4	1	2	4	3	4	4	4	4	4	4	48
72	2	1	1	1	4	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	26
73	2	2	4	4	2	3	2	3	2	4	3	4	3	4	2	4	4	2	54
74	4	3	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	3	3	4	4	2	2	47
75	4	3	2	4	4	2	2	1	4	3	2	4	4	2	2	2	4	4	53
76	2	4	3	3	2	3	4	2	3	2	1	4	1	3	2	3	3	2	47
77	2	2	4	4	1	2	4	4	1	2	3	1	1	1	4	1	1	1	39
78	4	3	3	2	3	1	2	1	4	1	2	3	2	4	2	3	4	3	47
79	2	3	3	4	2	1	1	3	2	3	3	4	2	1	1	1	2	3	41
80	4	2	3	3	3	4	1	1	4	2	3	3	3	4	1	4	2	1	48
81	3	1	1	4	3	2	3	1	3	1	1	4	3	2	3	3	1	2	41
82	4	4	3	4	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	57
83	3	3	1	2	4	4	3	3	4	3	1	2	4	4	3	3	3	4	54
84	4	4	4	4	3	4	3	4	1	4	4	4	3	4	3	3	4	2	62
85	4	3	3	4	4	4	3	1	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	60
86	2	1	1	3	3	3	2	1	2	1	1	3	3	3	2	2	1	2	36
87	2	3	3	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1	1	1	1	3	1	34
88	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	2	2	4	2	1	1	28
89	4	1	4	4	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	1	1	4	3	53
90	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	4	2	30
91	3	4	4	3	3	1	1	4	3	4	4	3	3	1	1	2	4	3	51

92	4	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	3	1	2	3	2	49
93	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	61
94	2	3	2	4	3	3	1	2	2	3	2	4	3	3	1	1	4	2	45
95	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	1	3	2	3	2	38
96	4	1	1	4	3	3	3	2	1	2	3	4	3	2	3	4	4	2	49
97	1	1	1	3	1	1	4	1	3	1	1	1	4	2	1	2	2	3	33
98	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	26
99	4	1	2	4	4	2	1	4	4	1	2	4	4	2	1	3	4	1	48
100	3	1	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	2	3	3	2	2	3	45
101	1	4	4	4	4	2	1	1	1	4	4	4	4	2	1	3	2	2	48
102	1	1	1	1	2	1	2	1	3	3	4	3	1	3	2	1	1	4	35
103	4	3	3	1	1	3	1	2	4	2	1	1	1	1	1	4	3	3	39
104	2	1	3	2	3	2	1	1	1	2	2	4	3	3	1	3	4	3	41
105	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	44
106	4	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	33
107	4	3	3	2	2	4	2	2	4	1	3	1	3	1	4	4	1	1	45
108	4	1	4	4	2	4	2	1	2	4	2	3	4	4	3	4	4	2	54
109	2	4	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	3	1	2	3	3	3	35
110	4	3	3	2	2	1	1	1	4	3	2	4	2	3	1	2	4	3	45
111	2	2	3	4	4	2	1	1	2	2	3	4	4	2	1	2	1	2	42
112	3	2	4	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	50
113	4	3	3	4	4	4	1	1	4	3	3	4	4	4	1	2	4	4	57
114	4	1	1	4	3	1	1	2	4	1	1	4	3	1	1	2	4	3	41
115	4	3	4	3	2	4	3	4	1	2	4	3	3	4	3	3	4	3	57

116	4	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	4	3	2	2	3	4	3	50
117	1	3	4	3	4	1	3	1	3	2	4	3	4	1	3	3	4	4	51
118	1	2	1	3	2	1	3	1	1	2	1	3	2	1	3	1	3	3	34
119	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	62
120	4	3	2	2	3	3	2	4	1	1	3	1	3	1	2	4	3	4	46
121	4	2	2	1	3	3	1	4	4	1	1	3	3	3	4	1	1	1	42
122	3	3	1	3	2	2	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	34
123	1	1	4	1	1	1	3	3	2	1	2	1	1	1	4	2	1	1	31
124	1	3	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	1	4	3	1	4	2	35
125	2	1	1	3	2	1	4	3	2	1	1	1	2	1	3	4	3	2	37

LAMPIRAN 5

Kategorisasi *Self Esteem* dan Kecenderungan Narsistik

No.	<i>Self Esteem</i>	Kategorisasi	Kecenderungan Narsistik	Kategorisasi
1	75	Tinggi	42	Sedang
2	63	Tinggi	32	Rendah
3	62	Tinggi	34	Rendah
4	55	Tinggi	37	Sedang
5	65	Tinggi	56	Tinggi
6	64	Tinggi	23	Rendah
7	63	Tinggi	32	Rendah
8	63	Tinggi	34	Rendah
9	58	Tinggi	32	Rendah
10	60	Tinggi	31	Rendah
11	72	Tinggi	26	Rendah
12	63	Tinggi	27	Rendah
13	77	Tinggi	39	Sedang
14	81	Tinggi	32	Rendah
15	83	Tinggi	47	Sedang
16	63	Tinggi	46	Sedang
17	69	Tinggi	33	Rendah
18	76	Tinggi	41	Sedang
19	54	Tinggi	37	Sedang
20	67	Tinggi	39	Sedang
21	67	Tinggi	43	Sedang
22	64	Tinggi	45	Sedang
23	71	Tinggi	48	Sedang
24	68	Tinggi	47	Sedang
25	87	Tinggi	42	Sedang
26	67	Tinggi	46	Sedang
27	70	Tinggi	51	Sedang
28	74	Tinggi	51	Sedang
29	73	Tinggi	57	Tinggi
30	67	Tinggi	56	Tinggi
31	61	Tinggi	44	Sedang
32	68	Tinggi	42	Sedang
33	67	Tinggi	58	Tinggi
34	64	Tinggi	27	Rendah
35	68	Tinggi	48	Sedang
36	86	Tinggi	57	Tinggi

37	67	Tinggi	58	Tinggi
38	86	Tinggi	52	Sedang
39	88	Tinggi	60	Tinggi
40	80	Tinggi	52	Sedang
41	83	Tinggi	48	Sedang
42	61	Tinggi	44	Sedang
43	63	Tinggi	46	Sedang
44	77	Tinggi	59	Tinggi
45	52	Sedang	27	Rendah
46	73	Tinggi	43	Sedang
47	67	Tinggi	35	Rendah
48	60	Tinggi	56	Tinggi
49	70	Tinggi	43	Sedang
50	59	Tinggi	51	Sedang
51	66	Tinggi	44	Sedang
52	64	Tinggi	41	Sedang
53	68	Tinggi	48	Sedang
54	65	Tinggi	44	Sedang
55	63	Tinggi	51	Sedang
56	65	Tinggi	45	Sedang
57	65	Tinggi	41	Sedang
58	60	Tinggi	37	Sedang
59	63	Tinggi	49	Sedang
60	81	Tinggi	66	Sedang
61	62	Tinggi	51	Sedang
62	68	Tinggi	50	Sedang
63	68	Tinggi	45	Sedang
64	71	Tinggi	52	Sedang
65	62	Tinggi	32	Rendah
66	67	Tinggi	45	Sedang
67	68	Tinggi	43	Sedang
68	82	Tinggi	56	Tinggi
69	86	Tinggi	64	Tinggi
70	63	Tinggi	44	Sedang
71	65	Tinggi	48	Sedang
72	60	Tinggi	26	Rendah
73	84	Tinggi	54	Tinggi
74	62	Tinggi	47	Sedang
75	77	Tinggi	53	Sedang
76	68	Tinggi	47	Sedang
77	73	Tinggi	39	Sedang

78	68	Tinggi	47	Sedang
79	57	Tinggi	41	Sedang
80	68	Tinggi	48	Sedang
81	74	Tinggi	41	Sedang
82	63	Tinggi	57	Tinggi
83	79	Tinggi	54	Tinggi
84	85	Tinggi	62	Tinggi
85	74	Tinggi	60	Tinggi
86	58	Tinggi	36	Sedang
87	50	Sedang	34	Rendah
88	51	Sedang	28	Rendah
89	72	Tinggi	53	Sedang
90	63	Tinggi	30	Rendah
91	65	Tinggi	51	Sedang
92	69	Tinggi	49	Sedang
93	74	Tinggi	61	Tinggi
94	58	Tinggi	45	Sedang
95	64	Tinggi	38	Sedang
96	82	Tinggi	49	Sedang
97	63	Tinggi	33	Rendah
98	69	Tinggi	26	Rendah
99	60	Tinggi	48	Sedang
100	58	Tinggi	45	Sedang
101	69	Tinggi	48	Sedang
102	75	Tinggi	35	Rendah
103	78	Tinggi	39	Sedang
104	71	Tinggi	41	Sedang
105	61	Tinggi	44	Sedang
106	76	Tinggi	33	Rendah
107	79	Tinggi	45	Sedang
108	87	Tinggi	54	Tinggi
109	67	Tinggi	35	Rendah
110	77	Tinggi	45	Sedang
111	66	Tinggi	42	Sedang
112	72	Tinggi	50	Sedang
113	65	Tinggi	57	Tinggi
114	67	Tinggi	41	Sedang
115	81	Tinggi	57	Tinggi
116	65	Tinggi	50	Sedang
117	69	Tinggi	51	Sedang
118	46	Sedang	34	Rendah

119	79	Tinggi	62	Tinggi
120	82	Tinggi	46	Sedang
121	77	Tinggi	42	Sedang
122	62	Tinggi	34	Rendah
123	68	Tinggi	31	Rendah
124	75	Tinggi	35	Rendah
125	70	Tinggi	37	Sedang

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas *Self Esteem***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	23

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	65.54	66.379	.389	.791
VAR00002	66.18	67.549	.310	.796
VAR00003	66.21	67.021	.324	.796
VAR00004	65.39	69.095	.390	.793
VAR00005	65.62	69.575	.317	.795
VAR00006	65.79	68.924	.349	.794
VAR00007	65.93	66.083	.380	.792
VAR00008	65.60	67.887	.345	.794
VAR00009	66.74	67.740	.299	.797
VAR00010	65.14	69.834	.304	.796
VAR00012	65.96	66.361	.393	.791
VAR00013	65.38	68.882	.417	.792
VAR00014	65.29	70.755	.261	.798
VAR00016	65.62	68.091	.371	.793
VAR00019	65.72	68.429	.299	.796
VAR00021	65.38	69.849	.325	.795
VAR00022	65.99	68.137	.325	.795
VAR00024	66.19	66.302	.387	.791
VAR00025	66.69	67.458	.341	.794
VAR00026	65.54	66.331	.460	.788

VAR00027	65.52	69.042	.281	.797
VAR00029	65.24	69.587	.369	.794
VAR00030	66.06	66.989	.396	.791

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Kecenderungan Narsistik**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	18

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	46.3840	83.206	.599	.872
VAR00002	47.0240	83.830	.545	.874
VAR00003	47.0480	81.707	.632	.870
VAR00004	46.2480	89.398	.404	.879
VAR00006	46.6480	87.859	.466	.877
VAR00007	46.7760	82.175	.604	.871
VAR00009	47.6000	84.145	.525	.875
VAR00011	47.5120	88.413	.291	.883
VAR00013	46.3920	83.111	.589	.872
VAR00014	47.0240	82.346	.625	.871
VAR00015	47.0560	81.844	.624	.870
VAR00016	46.2400	89.684	.388	.879
VAR00018	46.6400	87.635	.486	.876
VAR00019	46.7760	82.175	.604	.871
VAR00022	47.5920	83.937	.534	.874
VAR00024	47.0320	84.063	.547	.874
VAR00027	46.3680	89.654	.280	.883
VAR00028	46.9760	89.411	.317	.881

LAMPIRAN 8

Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		SelfEsteem	Kecenderungan Narsistik
N		125	125
Normal Parameters ^a	Mean	68.76	44.34
	Std. Deviation	8.589	9.501
Most Extreme Differences	Absolute	.119	.061
	Positive	.119	.061
	Negative	-.058	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		1.333	.683
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057	.739

a. Test distribution is Normal.

LAMPIRAN 9

Hasil Uji Linearitas**Report**

Kecenderungan Narsistik

Self Esteem	Mean	N	Std. Deviation
46	34.00	1	.
50	34.00	1	.
51	28.00	1	.
52	27.00	1	.
54	37.00	1	.
55	37.00	1	.
57	41.00	1	.
58	39.50	4	6.557
59	51.00	1	.
60	39.60	5	12.300
61	44.00	3	.000
62	39.60	5	8.735
63	40.08	12	9.821
64	34.80	5	9.391
65	49.00	8	5.657
66	43.00	2	1.414
67	45.60	10	8.897
68	45.09	11	5.224
69	41.40	5	11.194
70	43.67	3	7.024
71	47.00	3	5.568
72	43.00	3	14.799
73	46.33	3	9.452
74	53.25	4	9.323
75	37.33	3	4.041

76	37.00	2	5.657
77	47.60	5	8.234
78	39.00	1	.
79	53.67	3	8.505
80	52.00	1	.
81	51.67	3	17.616
82	50.33	3	5.132
83	47.50	2	.707
84	54.00	1	.
85	62.00	1	.
86	57.67	3	6.028
87	48.00	2	8.485
88	60.00	1	.
Total	44.34	125	9.501

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kecenderungan Narsistik * Self Esteem	Between Groups	(Combined)	4691.146	37	126.788	1.696	.023
		Linearity	2439.862	1	2439.862	32.643	.000
		Deviation from Linearity	2251.283	36	62.536	.837	.721
	Within Groups		6502.742	87	74.744		
	Total		11193.888	124			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kecenderungan Narsistik * Self Esteem	.467	.218	.647	.419

LAMPIRAN 10

Hasil Uji Hipotesis**Correlations**

		Self Esteem	Kecenderungan Narsistik
Self Esteem	Pearson Correlation	1	.485**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	125	125
Kecenderungan Narsistik	Pearson Correlation	.485**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	125	125

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).