

---

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN  
KECENDERUNGAN NARSISTIK PADA PENGGUNA  
MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM” MAHASISWA  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND  
NARCISSISTIC TENDENCY IN SOCIAL MEDIA USERS  
"INSTAGRAM" STUDENTS OF THE ISLAMIC  
UNIVERSITY OF SULTAN AGUNG SEMARANG***

**<sup>1</sup>Riyanita dan <sup>2</sup>Ratna Supradewi, S. Psi., M. Si. Psi.**

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

<sup>2</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

\*Corresponding Author:  
riyanita1997@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan Kecenderungan narsistik pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Variabel tergantung pada penelitian ini adalah kecenderungan narsistik, variabel bebas adalah harga diri. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 211 mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Cluster Random Sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala *NPI (Narcissistic Personality Inventory)* dengan indeks daya beda aitem antara 0,262–0,658 dan skala *SEI (Self-Esteem Inventory)* dengan indeks daya beda aitem antara 0,263–0,625. Skala kecenderungan narsistik terdiri 40 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,882. Skala harga diri terdiri dari 29 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,834. Teknik analisis pada penelitian ini yaitu *Product Moment*. Berdasarkan penelitian ini terdapat hasil dari nilai korelasi  $r_{xy} = -0,016$  dan nilai signifikansi  $p = 0,814$  ( $p > 0,01$ ), artinya tidak ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik.

**Kata kunci :** Kecenderungan Narsistik, Harga Diri

**Abstract**

*This study was conducted aimed at finding out the relationship between self-esteem and Narcissistic tendencies in students of Sultan Agung Islamic University, Semarang. The dependent variable of this study is the Narcissistic tendencies, one independent variable is self-esteem. The subjects in this study were 211 students. The method used in this study is a quantitative method. The sampling technique using Cluster Random Sampling techniques. Retrieval of data in this study uses two scales, namely the scale of NPI (Narcissistic Personality Inventory) with index discrimination power between 0,262–0,658 and SEI (self-Esteem Inventory) with index discrimination power between 0,263–0,625. The NPI scale consists of 40 items with a reliability coefficient of 0.882. The self-Esteem scale consists of 29 items with a*

---

*reliability coefficient of 0.834. The analysis technique in this study is the Product Moment. Based on this study there are results from the rxy correlation value = -0,016, and significance value  $p = 0,814$  ( $p > 0,01$ ), meaning that there is not relationship between self esteem and Narcissistic tendencies.*

**Keywords:** *Narcissistic Tendencies, Self Esteem*

## 1. Pendahuluan

Semakin berkembangnya teknologi pada saat ini, manusia semakin dimudahkan dalam bersosialisasi dengan berbagai media sosial. Media sosial menjadi sangat berperan penting sebagai alat komunikasi di dalam bermasyarakat pada saat ini. Maka tak jarang manusia tidak dapat lepas dari media sosial. Media sosial diibaratkan sebagai pisau bermata dua, apabila digunakan secara baik maka tidak akan menimbulkan hal yang negatif. Sebaliknya, apabila digunakan secara negatif maka akan memberi dampak tidak baik pula pada seseorang. Media sosial memiliki banyak variasi diantaranya seperti twitter, facebook, line, whatsapp, path, instagram dan lain sebagainya. Setiap aplikasi media sosial mempunyai keunikan dan fasilitas yang berbeda antara satu sama lain (Engkus, Hikmat, & Saminnurahmat, 2017).

Salah satu aplikasi jejaring media sosial yang berfokus untuk menangkap dan meng-*upload* foto saat ini yang sedang digemari oleh banyak orang adalah instagram. Instagram adalah layanan jejaring media sosial yang lebih berfokus pada pengambilan serta mengunggah foto. Namun bukan hanya sekedar mengunggah foto, instagram juga memberi keleluasaan penggunaannya untuk bisa berkreatifitas melalui layanan filter digital agar foto menjadi lebih menarik lagi, serta fasilitas fitur *share location* bertujuan untuk memberi tahu kepada *followers* (pengikutnya) mengenai lokasi pengguna akun mengambil foto dan memberi kesempatan pengguna mengunggah suatu video yang berdurasi 60 detik sehingga dapat dilihat langsung oleh para *followers* (pengikutnya). Jika menurut pengguna yang menjadi *follower* foto atau video yang diunggah tersebut menarik, maka mereka dapat memberikan tanda suka (*like*) dan memberikan komentar pada foto atau video yang diunggah tersebut, serta akan timbul pada fitur pencarian pengguna instagram lain sehingga foto atau video tersebut akan menyebar luas dan *followers* dapat semakin banyak. Instagram mempunyai 400 juta pengguna aktif bulanan, perkiraan rata-rata pengguna media sosial instagram membuah hasil 150 juta jepretan foto per bulan dan 800 juta gabungan antara foto dan video diunggah setiap harinya (Parikesit, 2016).

Berdasarkan survei penelitian yang dilakukan oleh suatu perusahaan research market dunia, TNS menjelaskan beberapa fakta data terkait pengguna *Instagram* di *Indonesia*, Kamis (14/1/2016). Dengan menggunakan metode online survei, 506 pengguna *Instagram* di *Indonesia* dari analisis aktivitas dan behaviour TNS. Jenjang usia yang paling aktif menggunakan *Instagram* ialah orang berusia 18-24 tahun (Vania, 2016). Selain itu perusahaan instagram juga menjelaskan beberapa fakta berkaitan kegiatan pengguna medsos instagram di Indonesia. Sebanyak 11% pengguna instagram berumur 34-55 tahun, 30% berumur 25-34 tahun, dan 59% berumur 18-24 tahun (Parikesit, 2016).

Umur menjadi acuan penentu yang kuat pada kualitas dan frekuensi dalam pemakaian jejaring sosmed instagram. Pengguna sosmed sebagian besar dinominasi oleh para remaja dan para dewasa awal. Hal ini digunakan oleh mereka sebagai penghubung kepribadian untuk menunjukkan dirinya kepada dunia mengenai siapa

diri mereka, dengan siapa mereka memiliki pemikiran yang sama, dan apa yang mereka pedulikan. Hal ini menjelaskan bahwa instagram dapat membuat minat pengguna jejaring sosmed semakin tinggi (Sembiring, 2017).

Dengan fasilitas instagram yang mampu menjadi sebuah media untuk berbagi video dan foto, memberikan pandangan para pengguna instagram bahwa mereka harus membagikan setiap momen yang berhubungan dengan keseharian mereka termasuk perasaan yang saat itu dialami, pemikiran, tempat yang saat itu didatangi, makanan dan minuman yang dibeli bahkan sampai pakaian yang sedang digunakan ke dalam instagramnya. Ada delapan klasifikasi foto favorit di medsos instagram diantaranya yaitu klasifikasi foto aktivitas, hewan, makanan, *selfie*, teman, *captioned photo* (kata-kata menarik dalam bentuk gambar), gawai, serta *fashion* (Hu, Manikonda, & Kambhampati, 2013).

Tercatat beberapa orang, menjelaskan bahwa mereka yang memakai jejaring sosial bertujuan untuk menunjukkan versi ideal dari dalam diri atau kehidupan keseharian mereka, cenderung lebih berfokus pada berbagai hal yang positif dan mengurangi yang negatif dalam akun mereka. Hal ini tidak hanya membuat pengguna instagram “menipu” orang yang melihatnya, namun juga “menipu” dirinya sendiri (Austin, 2013). Puspitasari (2016) berpendapat bahwa segala sesuatu yang ditampilkan oleh individu pada lingkungannya ialah sisi baik individu itu sendiri. Sesungguhnya, kecenderungan seseorang untuk menampilkan versi ideal kehidupan melalui fotografi ataupun video berkaitan dengan adanya indikasi kecenderungan narsistik pada diri individu.

Keinginan seseorang untuk mengekspresikan penampilan fisiknya dan aktivitas melalui fotografi memiliki hubungan terindikasi adanya kecenderungan narsistik pada individu tersebut. Menurut Chaplin (Kristanto, 2012), kata dari narsis atau narsistik, ditujukan pada mereka yang sering senang berbangga diri secara berlebihan atau pada mereka yang kerap mengambil foto untuk menjadi bahan pameran pada orang lain, caranya dengan mengunggah ke dalam akun sosmed kepunyaannya. Menurut John & Robins (Buffardi & Campbell, 2008), narsistik berkaitan pula dengan *self-views* (pandangan diri) yang berlebihan atau terlalu tinggi dan positif pada beberapa sifat seperti kecerdasan, keindahan fisik, sarta kekuatan. Selain itu, (Durand, 2007) mengatakan bahwa seseorang dengan kecenderungan narsistik memperdaya orang lain guna kepentingan pribadi dan kurang memiliki rasa empati kepada orang lain.

Bentuk buruk narsistik menutup persepsi pada suatu kenyataan sehingga apapun yang dipunyai individu yang narsistik dipandang tinggi dan apapun kepunyaan orang lain tak berarti. Seseorang yang narsistik berfokus pada diri sendiri, tetapi hal tersebut bukan hanya sebatas mengagumi diri sendiri dalam kaca. Kekaguman pada bentuk tubuh seringkali membuat seseorang menjadi hipokondriasis, atau perhatian obsesif akan diri sendiri. Menurut Fromm seseorang yang terfiksasi akan dirinya sendiri cenderung asik dalam dunianya sendiri dan sibuk memperhatikan diri sendiri serta menjaga nama baik mereka. Seseorang yang narsistik mempunyai sesuatu yang disebut Horney sebagai “tuntutan neorotik”. Mereka mencapai rasa aman dengan mempercayai bahwa mereka memiliki sifat pribadi yang luar biasa dan lebih unggul dari orang lain (Feist, Feist, & Roberts, 2017).

Adi & Yudiati (2015) menyatakan dalam penelitian mereka bahwa seseorang dapat disebut memiliki kecenderungan narsistik pada saat orang tersebut cenderung memamerkan kelebihanannya banyak bercerita berkaitan dengandirinya sendiri pada

akunnya serta cenderung tidak ingin berbagi tips-tips bahkan saat orang lain meminta bantuan.

Menurut DSM-V (APA, 2013) seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik apabila dirinya mempunyai minimal lima dari sembilan ciri sebagai berikut: (1) Melebihkan bakat dan prestasinya, serta merasa menjadi yang paling hebat; (2) Selalu menginginkan pujian dan keterpukauan terhadap orang lain; (3) Berimajinasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kecantikan, serta ketenaran yang tak terbatas; (4) Merasa unik dan istimewa hingga dirinya hanya mau menggauli orang-orang yang berkelas tinggi atau memiliki status yang tinggi; (5) Orang lain harus selalu mengikuti keinginannya atau merasa bahwa dirinya berhak untuk mendapatkan perlakuan khusus; (6) Memanfaatkan orang lain dengan tujuan mendapatkan apa yang ia kehendaki; (7) kurang mampu berempati pada perasaan orang lain; (8) Selalu memiliki rasa iri hati pada kepemilikan dan kesuksesan orang lain; (9) Berperilaku kasar, angkuh, serta congkak.

Menurut (Clarke, Karlov, & Neale, 2015) harga diri ialah salah satu faktor penyebab kecenderungan narsistik. Harga diri berperan memiliki penting perkembangan seseorang untuk menjadi individu dewasa yang matang karena itu akan mempengaruhi cara diri menjalani hidup, penerimaan terhadap dirinya, bagaimana diri menjalani hubungan dengan orang lain. Menurut Coopersmith (Sulistiawati & Novendawati, 2015) memaparkan bahwa harga diri berperan menjadi penilaian yang dibuat oleh seseorang itu sendiri yang berkaitan dengan dirinya, dimana penilaian tersebut merupakan hasil komunikasi antar seseorang terhadap lingkungannya dan bagaimana orang lain memperlakukan dirinya.

Nevid & Rathus (2003) menambahkan bahwa seseorang yang narsistik senang pamer tentang pendapat dari pihak lain yang mengakui keunikan dan keberhasilannya ataupun idealisme yang sangat dibanggakan pada dirinya sendiri. Hal ini dilakukan pada saat seseorang yang terindikasi narsistik merasa harga dirinya mulai terancam, ketika lingkungan mulai mengkritik dan memberi masukan yang dianggapnya tidak sesuai dengan dirinya. Untuk menyingkirkan perasaan yang tidak nyaman dan harga diri yang rendah, individu narsistik menuntut perhatian yang terus menerus dilingkungannya.

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian tentang hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram oleh karena itu rumusan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada Hubungan antara Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Pengguna Instagram?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram. Dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah pengambilan sampel subjek penelitian dan tempat lokasi yang akan diteliti.

## **2. Metode**

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang angkatan 2017 yang berjumlah 2274 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 211 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *cluster random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan dua skala yaitu

skala *NPI* (*Narcissistic Personality Inventory*) dan skala *SEI* (*Self-Esteem Inventory*). Skala kecenderungan narsistik disusun berdasarkan aspek – aspek narsistik menurut Raskin & Terry dan skala harga diri disusun berdasarkan aspek – aspek harga diri menurut Coopersmith. Uji daya beda aitem menggunakan korelasi *product moment* dari Karl Person. Besarnya reliabilitas skala *NPI* dengan pengukuran koefisien reliabilitas Alpha sebesar 0,882 dan skala *SEI* sebesar 0,834. Metode analisis data dihitung menggunakan bantuan komputerisasi program *SPSS versi 17.0 for windows*.

### 3. Hasil

Hasil uji normalitas harga diri memperoleh nilai  $KS-Z = 0,889$  dengan taraf signifikan = 0,408 sehingga dapat disimpulkan ( $0,408 > 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa data variabel harga diri memiliki distribusi normal. Dan hasil uji normalitas kecenderungan narsistik memperoleh nilai  $KS-Z = 0,98$  dengan taraf signifikan = 0,292, sehingga dapat disimpulkan ( $0,292 > 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa data variabel kecenderungan narsistik memiliki distribusi normal.

Hasil uji linearitas antara harga diri dengan kecenderungan narsistik diperoleh koefisien  $F_{linier} = 0,056$  dengan taraf signifikansi  $p = 0,814$  ( $p < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan harga diri dengan kecenderungan narsistik adalah tidak linear atau persamaan kedua variabel tersebut membentuk garis datar.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Karl Person. Uji hipotesis antara harga diri dengan kecenderungan narsistik diperoleh  $r_{xy} = -0,016$  dengan signifikansi  $p = 0,814$  ( $p > 0,01$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa Unissula dan hipotesis ditolak.

### 4. Diskusi

Peneliti ingin meneliti dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa Universitas Islam Agung Semarang angkatan 2017. Berdasarkan hasil analisis *Product Moment* diperoleh  $r_{xy} = -0,016$  dengan signifikansi  $p = 0,814$  ( $p > 0,01$ ), menunjukkan hipotesis ditolak yang artinya tidak adanya hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa Unissula angkatan 2017.

Penelitian lain yang memiliki kemiripan pada penelitian ini, oleh Kurnia Rahmad Dhani (2015) yang berjudul “Hubungan harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna facebook” diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,125 dengan  $sig = 0,528$  ( $p > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik, dengan menyatakan bahwa tinggi rendahnya harga diri seseorang tidak mempengaruhi kecenderungan narsistik individu tersebut dalam aktivitas penggunaan facebook.

Hal ini tidak sesuai dengan teori Hurlock (1980) yang menyatakan bahwa seseorang cenderung menggunakan media sosial untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada orang lain dengan menunjukkan simbol, status, kecantikan atau barang-barang yang dimiliki. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan untuk meningkatkan harga dirinya dan menarik perhatian orang lain agar mendapatkan komentar yang positif dari orang lain. Seseorang yang kecanduan komentar positif tersebut akan mengunggahnya

kembali secara berulang-ulang untuk mendapatkan ataupun mempertahankan komentar positif yang didapatkan sebelumnya yang mengarah pada perilaku narsistik. Davison (2010) menambahkan seseorang dengan kepribadian narsistik tinggi memiliki karakteristik yang sebenarnya merupakan topeng bagi harga dirinya yang rapuh dan sebaliknya.

Dengan ditolaknya penelitian ini, harga diri yang dimiliki subjek ternyata tidak mempengaruhi kecenderungan narsistiknya. Kreitner (Santi, 2017) menyatakan harga diri adalah suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. Perasaan-perasaan harga diri pada kenyataannya terbentuk oleh keadaan kita dan bagaimana orang lain memperlakukan kita. Harga diri ditinjau dari kondisinya dibedakan dalam dua kondisi yaitu kuat (*strong*) dan lemah (*weak*). Hal ini dikarenakan subjek penelitian tidak memiliki masalah dalam harga dirinya terhadap kecenderungan narsistik. Menurut Raskin (1981) Kecenderungan narsistik adalah perilaku yang ditandai dengan kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian. Selain itu juga tumbuh perasaan paling mampu, dan unik. DSM-V (APA, 2012) memaparkan bahwa seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik apabila setidaknya memiliki lima kriteria, namun subjek yang diwawancarai oleh peneliti hanya ada dua sampai tiga kriteria saja. Selain itu juga karena pengambilan skala adaptasi yang tidak merubah sedikit-sedikit pernyataan skala sehingga bahasa skala yang terlalu umum membuat hasil penelitian tidak sesuai dengan inti permasalahan dalam penelitian yang diharapkan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian dari Annissa Kusuma bhakti (2016) diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ )= -0,209 dengan sig= 0,011 ( $p < 0.05$ ) yang menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan narsistik, yang menyatakan bahwa semakin tinggi harga diri dalam memanfaatkan instagram maka semakin rendah tingkat kecenderungan narsistiknya, sebaliknya semakin rendah harga diri dalam memanfaatkan instagram, maka semakin tinggi tingkat kecenderungan narsistiknya.

Sedikides (2004) mengatakan bahwa individu dengan narsistik yang tinggi memiliki harga diri yang rendah. Pengaruh harga diri terhadap kecenderungan narsistik memiliki kontribusi dalam hubungan kecenderungan narsistik dan kesehatan psikologis yang baik pada setiap individu. Robins (2001) menambahkan Individu yang memiliki harga diri tinggi tidak perlu menganggap dirinya lebih baik atau tidak buruk dari orang lain, tidak membutuhkan pengakuan dan pengaguman dari orang lain, serta bisa menampilkan diri apa adanya.

Dalam penelitian ini, diketahui subjek penelitian memiliki harga diri yang tinggi yaitu sebanyak 135 subjek (63,98%). Namun tingginya harga diri subjek tidak memiliki hubungan dengan kecenderungan narsistik, dimana diketahui hasil analisis menunjukkan kecenderungan narsistik yang sedang sebanyak 120 subjek (56,87%). Sedangkan tingkat narsistik mengartikan bahwa pengguna *Instagram* dalam penelitian ini dapat menghargai dirinya sendiri secara positif dengan memahami segala kelemahan dan kelebihan yang ia miliki. Faktor penyebab subjek mempunyai *narcissistic* sedang kemungkinan karena faktor neuropsikologis, faktor budaya, dan faktor pengasuhan orang tua (Campbell & Miller, 2011). Adapun beberapa faktor lain yang mempengaruhi kecenderungan narsistik menurut Sedikides, Gregg, Rudich, Kumashiro, & Rusbult (2004) yaitu depresi, kesepian, dan kesejahteraan subjektif.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai korelasi  $r_{xy} = -0,016$  dengan taraf signifikansi  $0,814$  ( $p > 0,01$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa Unissula angkatan 2017. Artinya kedua variabel antara harga diri dan kecenderungan narsistik tidak memiliki hubungan satu sama lain.

## 6. Saran

Kepada mahasiswa diharapkan mahasiswa dapat mempertahankan harga diri yang dimilikinya sehingga dapat membangun mahasiswa menjadi pribadi yang lebih percaya diri dalam menghadapi lingkungan.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan bidang ini, diharapkan untuk dijadikan penelitian ini sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya dilokasi yang berbeda dengan penambahan atau memerhatikan faktor – faktor lain yang berkaitan dengan kecenderungan narsistik seperti kesepian, *subjective well-being*, dan depresi.

## 7. Ucapan Terima Kasih

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan karunianya sehingga peneliti mampu melaksanakan serangkaian penelitian dengan lancar. Peneliti juga mengucapkan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada pihak – pihak yang telah membantu peneliti selama pelaksanaan penelitian, baik secara moril maupun materil. Pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi – tingginya kepada :

- a. Bapak Ruseno Arjanggi, S.Psi, MA Psi selaku Dekan Fakultas Psikologi sekaligus dosen pembimbing Universitas Islam Sultan Agung yang telah membantu dalam proses akademik maupun penelitian.
- b. Ibu Ratna Supradewi, S.Psi, M.Si Psi selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar mengajarkan kata demi kata, meluangkan waktu, pemberian motivasi dan perhatiannya serta menjadi pembimbing yang hebat sehingga skripsi ini terselesaikan dengan sangat baik.
- c. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung selaku tenaga pengajar yang telah memberikan berbagai ilmu kepada penulis yang sangat bermanfaat untuk kini dan nanti.
- d. Bapak dan Ibu Staff TU serta perpustakaan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, terima kasih atas bantuan dan kerja sama dengan memberikan kemudahan dalam mengurus proses administrasi hingga skripsi ini selesai.
- e. Bapak dan Ibu Dekan serta staff TU atau Puskom seluruh Fakultas Universitas Islam Sultan Agung yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan pengambilan data.
- f. Mahasiswa dan mahasiswi yang telah bersedia menjadi responden, yang telah meluangkan waktu membantu penulis.
- g. Seluruh peneliti–peneliti sebelumnya dan *google* yang memberikan kemudahan bagi penulis dalam mengakses teori–teori yang membantu dalam penulisan skripsi ini.

- h. Kakakku Riyanto tersayang terima kasih untuk selalu sabar, membantu dan selalu mendukung keinginan adiknya.
- i. Semua keluarga yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu peneliti baik secara moril dan materiil selama mengenyam pendidikan di perguruan tinggi
- j. Renita, Nur Magfiroh, Reza, Nana, Edi, Dodi, Afifah, Rizqi dewi, Mufidah, Ririn yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyelesaian karya ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, memberikan perhatian, dukungan, semangat, dan doa kepada peneliti untuk segera menyelesaikan karya ini.
- k. Keluarga besar kos adilla yang telah memberikan kebahagiaan dan banyak canda tawa saat penulis merasa ingin menyerah dan kelelahan dalam penyusunan skripsi ini.
- l. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, semangat dan nasehat kalian selama penulis menempuh pendidikan S-1 di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung.

## 8. Daftar Pustaka

- Anindyajati, M., & Karima, C. M. (2004, June 1). Peran harga diri terhadap asertivitas remaja penyalahguna narkoba(penelitian pada remaja penyalahguna narkoba di tempat-tempat rehabilitasi penyalahguna narkoba). *Jurnal Psikologi*, 2(1), 49-73.
- Apa. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders.fifth edition.text revision*. Washington Dc: American Psychiatric Association.
- Austin, M. W. (2013, Mei 6). *Psychology today*. Dipetik November 5, 2018, Dari Psychology today: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/ethics-everyone/201305/self-deception-and-social-media>
- Azwar, S. (2012). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_, (2014). *Reliabilitas dan validitas edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_, (2016). *Penyusunan skala psikologi edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, Robert, A., &Byrne. D. (2012). Psikologi sosial jilid 2. Yogyakarta: *Pustaka Pelajar*
- Bhakti, A. K. (2016). Hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada pengguna instagram ditinjau dari jenis kelamin.*Naskah Publikasi*.
- Bleidorn, W., Arslan, R. C., Denissen, J. J., Rentfrow, P. J., Gebauer, J. E., Potter, J., Et Al. (2016). Age and gender differences in self-esteem—a cross-cultural window. *Personality Processes And Individual Differences*, 396–410.

- Bratovic, V., Mikic, B., Kostovski, Z., Teskeredzic, A., & Tanovic, I. (2015). Relations between different dimensions of self-perception, self-esteem and body mass index of female students. *International Journal of Morphology*, 1338-1342.
- Buffardi, L. E., & Campbell, K. W. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1303-1314.
- Clarke, I. E., Karlov, L., & Neale, N. J. (2015). The Many faces of narcissism: narcissism factors and their predictive. *Personality and Individual Differences*, 81, 90-95.
- Durand, V. M. (2007). *Psikologi abnormal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Engkus, Hikmat, & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku narsis pada media sosial di kalangan remaja. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20, 121-134.
- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T.-A. (2017). *Teori kepribadian edisi 8*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Halgin, R. P., & Whitbourne, S. K. (2011). *Psikologi abnormal: perspektif klinis pada gangguan psikologis*. (R. Oktaviani, Penyunt., A. Tussyani, L. S. Sembiring, P. G. Gayatri, & P. N. Sofyan, Penerj.) Jakarta, Jawa Tengah, Indonesia: Salemba Humanika.
- Heller, S. (2005). *Freud a to z*. Hoboken, New Jersey, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Hidayat, A. A. (2008). *Metodologi penelitian kesehatan paradigma kuantitatif*. Jakarta: Salemba Medika.
- Hotchkiss, S. (2005). Key concepts in the theory and treatment of narcissistic phenomena. *Clinical Social Work Journal*, 33, 127-139.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2013). What we instagram: a first analysis of instagram photo content and user types. *Proceedings Of The Eighth International Aai Conference On Weblogs And Social Media*, 595-598.
- Koswara, E. (1991). *Teori-teori kepribadian*. Bandung: Pt Eresco.
- Kristanto, S. (2012). Tingkat kecenderungan narsistik pengguna facebook. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1, 2252-6838.
- Kubarych, T. S., Deary, I. J., & Austin, E. J. (2004). The narcissistic personality inventory: factor structure in a non-clinical sample. *Personality and Individual Differences*, 857-872.
- Parikesit, A. G. (2016). *CNN Indonesia*. Dipetik November 5, 2018, Dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160118150454-188-105071/fakta-menarik-pengguna-instagram-di-indonesia>

Puspitasari, F. I. (2016). Kebutuhan yang mendorong remaja mem-posting foto atau video pribadi dalam instagram. *Jurnal Ilmiah*, V(1).

Reber, A. S., & Reber, E. S. (2010). *Kamus psikologi*. (Y. Santoso, Penerj.) Yogyakarta, Jawa Tengah, Indonesia: Pustaka Pelajar.

Sedikides, C., Rudich, E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M., & Rusbult, C. (2004). Are normal narcissists psychologically healthy?: self-esteem matters. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 400–416