

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU
PERSEPSIAN REMAJA TERHADAP MINAT DAN IMPLIKASI PERILAKU
NARSISTIK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Roosmeilano¹, Maria Lousiana Suwarno², Wilhelmus Harry Susilo³

¹ Rumah Sakit Cinta Kasih Tzu Chi

² Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Sint Carolus

³ Dosen Tidak Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Sint Carolus

Email: roosmeilano612@gmail.com

ABSTRAK

Implikasi perilaku narsistik adalah suatu dampak di mana dapat mengarah ke arah perilaku narsistik dengan melihat seberapa sering dalam mengupload/memposting foto atau video ke media sosial *Instagram* ≥ 1 x seminggu 32% dari total jumlah 200 responden di sekolah menengah atas Dharma Jaya dan sekolah menengah pertama Hati Kudus, Jakarta Barat. Tujuan penelitian ini menganalisa pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian remaja terhadap minat dan implikasi perilaku narsistik melalui media sosial *Instagram*. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional* dengan responden yaitu remaja yang memiliki media sosial *Instagram* sebanyak 200 responden, di bulan Desember 2016 yang menggunakan kusioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis sikap mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* ($t\text{-value} = 6,06$), norma subjektif tidak mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *Instagram* ($t\text{-value} = 0,06$), kontrol perilaku persepsian mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *Instagram* ($t\text{-value} = 3,36$), minat mempunyai pengaruh terhadap Implikasi perilaku narsistik melalui media sosial *Instagram* ($t\text{-value} = 6,37$).

Kata kunci: Sikap; Norma Subjektif; Kontrol Perilaku Persepsian; Minat; Implikasi Perilaku Narsistik.

***INFLUENCE OF ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM, PERCEPTION BEHAVIOR
CONTROL OF INTERESTS AND IMPLICATIONS OF NARCISSISTIC BEHAVIOR
THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM***

ABSTRACT

The implication of narcissistic behavior is something that can influence the direction of narcissistic behavior by looking at the effect of uploading / posting photos or video to social

media Instagram ≥ 1 x a week 32% of the total number of 200 respondents in upper school of Dharma Jaya and first school of Hati Kudus, West Jakarta. The purpose of this study to analyze the influence of attitudes, behaviors, adolescent behavior. This research method using descriptive quantitative with cross sectional approach with respondent that is adolescent who have social media Instagram counted 200 responden, in December 2016 that use kusioner. The result of this research shows that attitude hypothesis has influence toward the interest of using social media Instagram (t-value= 6,06), subject norm has no influence to interest using Instagram (t-value= 0,06), perception behavior control has influence to interest Using Instagram (t-value= 3.36), interest has an influence on the implications of narcissistic behavior through social media Instagram (t-value = 6.37).

Keywords: *Attitudes; Subjective Norms; Control Behavior perceived; Interests; and Behavioral Implications Narcissistic.*

PENDAHULUAN

Globalisasi dalam bidang teknologi dan komunikasi setiap tahunnya selalu berkembang pesat. Seiring berkembangnya teknologi dan komunikasi menyebabkan peningkatan ketergantungan terhadap pemakaian teknologi dan komunikasi untuk memperoleh informasi secara tepat waktu, *up to date* dan cepat sehingga menciptakan jaringan komunikasi yang luas, mempermudah proses pembelajaran lebih efisien tanpa harus terbatas ruang dan waktu (Endra, 2015). Komunikasi dan teknologi memberikan kontribusi besar dalam kehidupan manusia terutama pengguna internet. Pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta dari total jumlah penduduk 252,4 juta, mengalami peningkatan sebesar 28,6% di tahun 2013 mencapai 34,9% di tahun 2014 (APJII, 2015).

Pesatnya perkembangan internet berpengaruh terhadap perkembangan media sosial atau *social networking* yang sering digunakan seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Path*. Layanan media sosial yang akan dibahas pada penelitian adalah *Instagram* (dapat di akses <https://www.Instagram.com/>). “*Instagram* merupakan salah satu media sosial yang marak digunakan saat ini. Aplikasi yang terdapat pada *Iphone* dan *Android* diluncurkan pada tahun 2010 dengan tujuan untuk mengunggah foto dan video sesuka hati (Adrian, 2014).

Pengguna *Instagram* pada bulan desember 2014 sebesar 300 juta orang pengguna aktif secara global. Pengguna aktif *Instagram* meningkat pada tahun 2015 menjadi 400 juta orang. Pencapaian ini bisa dikatakan sebagai prestasi besar bagi *Instagram* yang dilihat dari *followers* dan foto yang dibagikan oleh pengguna (Reza, 2015). Diketahui bahwa terdapat 30 juta remaja yang berusia 10- 19 tahun baik pria maupun perempuan merupakan pengguna internet dan media sosial saat ini sebagai saluran utama untuk komunikasi, serta remaja memiliki tiga motivasi dalam media sosial/media online yaitu mencari informasi, untuk

berhubungan dengan teman, dan sebagai hiburan (Kominfo,2014). Pengguna *Instagram* di Indonesia 59% berusia 18-24 tahun dan 30% berusia 25-34 tahun dengan frekuensi penggunaan seminggu sekali (Mailanto, 2016).

Pengguna media sosial *Instagram* seakan-akan hidup dalam dunianya sendiri di mana aktivitas seperti foto dan video pengalaman baik yang di alami, pengguna harus dibagi dengan pembaharuan status di media sosial seperti *Instagram* dan jejaring sosial lainnya. Tujuan membarui adalah berbagi cerita, foto dan video mereka agar diperhatikan dan dapat mengekspresikan pengalaman dirinya untuk mencapai popularitas.

Selain mengunggah status, pengguna media sosial khususnya *Instagram* juga dapat mengunggah swafoto (*selfie*). *Selfie* adalah foto sendiri yang biasanya di ambil melalui gawai (*gadget*) seperti *smartphone* yang dibagikan ke berbagai media sosial (Windratie, 2015). Swafoto merupakan bentuk interpersonal, sebab sebelum melakukan swafoto kita pasti akan berkomunikasi dengan diri sendiri. Swafoto ini merupakan alat berkomunikasi dan dapat memberikan informasi kepada orang lain secara non-verbal (Utarri, 2015). Swafoto dianggap hal yang wajar, tetapi jika berlebihan hingga mengganggu aktivitas sehari-hari seperti pendidikan, pekerjaan, serta tidak nafsu makan dan hanya memfoto dirinya sendiri sampai dengan mengagumi diri sendiri secara berlebihan maka swafoto dapat digolongkan ke dalam gangguan jiwa (Wahyuningsi, 2015). Swafoto merupakan bagian dari perilaku narsis. Istilah narsistik dimulai dari tokoh legendaris dari Yunani yang bernama Narcissus yang terobsesi dengan dirinya sendiri. Setiap hari Narcissus bercermin di permukaan danau terobsesinya dia tidak sengaja terjatuh ke danau dan mati tenggelam (Ashari, 2015).

Narsistik berarti “gangguan psikologis ketika seseorang memiliki rasa percaya diri yang sangat tinggi untuk kepentingan pribadinya dan juga rasa ingin dikagumi” (Wahyuningsi, 2015). “Gangguan kepribadian narsistik adalah gangguan kepribadian dengan karakteristik waham kebesaran, kebutuhan konstan untuk kekaguman, dan kurangnya empati” (Ambardar, 2016). Berdasarkan DSM-V *Diagnostic and statistical Manual Of Mental Disorder* (American Psychiatric Association, 2013) individu dikatakan narsisme jika memiliki 5 dari 9 karakteristik berikut ini: melebih-lebihkan kemampuan yang dimiliki, percaya bahwa dirinya spesial dan unik, dipenuhi fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kecantikan/ketampanan, memiliki kebutuhan yang eksekif untuk dikagumi, merasa layak untuk diperlakukan istimewa, kurang berempati, mengeksploitasi hubungan, memiliki rasa iri terhadap orang lain atau menganggap orang lain iri kepadanya dan angkuh. Penelitian Rahmanita (2015) menyatakan bahwa

mayoritas pengguna *Instagram* memiliki kecenderungan narsistik sedang, dengan presentasi 65% (39 orang) pada kelompok laki-laki serta pada kelompok perempuan 68,33% (41 orang).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi dengan pendekatan metode kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional* yang bertujuan untuk mempelajari dinamika korelasi antara faktor resiko dengan efek, dengan cara pendekatan, observasi atau pengumpulan data sekaligus pada suatu saat (*Point time Approach*) Notoatmodjo (2012). Metode analisis menggunakan *Confirmatory Modeling Strategy* di mana akan dilakukan uji satu model yang lengkap yang dikenal dengan model *structural equation model* (SEM). SEM merupakan teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antara variabel yang kompleks untuk memperoleh gambaran mengenai model tersebut (Supardi, 2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja di sekolah menengah pertama Bunda Hati Kudus dan sekolah menengah atas Dharma Jaya, Jakarta Barat. Sampel penelitian menggunakan teknik *total sampling* (n: 200) dengan kriteria berikut: remaja usia 11-21 tahun dan aktif dalam menggunakan media sosial *Instagram*. Penelitian telah dilaksanakan pada bulan Desember 2016.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang dibuat oleh peneliti dengan mengacu pada kerangka konsep yaitu variabel independen dan variabel dependent. Variabel independent yakni sikap, norma subjektif dan kontrol persepsi serta variabel dependent yakni minat dan perilaku narsistik variabel tersebut menggunakan skala ukur *Interval Bipolar Adjective* (skala semantik Defrensil), skala ini menunjukkan sejauh mana responden merasakan tingkat nilai terhadap suatu topik. Skala dikembangkan dari pernyataan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju dengan nilai interval 1-10. Teknik ini digunakan untuk menghindari jawaban responden yang cenderung memilih jawaban tengah, Ferdinand (2014).

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia (n: 200)

Usia	Frekuensi	Presentase
Remaja awal (11-14 tahun)	120	59%
Remaja tengah (15-17 tahun)	77	39%
Remaja akhir (18-21 tahun)	3	2%

Usia responden mayoritas remaja awal (11-14 tahun) dengan presentase 59% (tabel 1). Menurut Nelson (2013) remaja awal mengalami perkembangan dalam cara berpikir, perilaku bersosialisasi dengan teman sebaya atau kelompoknya. Masa remaja merupakan proses masa peralihan menuju dewasa, sehingga siswa-siswi mengalami perubahan baik secara fisik, psikologis dan sosial. Selain perubahan dalam berperilaku sosial, remaja awal juga bersikap meremehkan orang lain hal ini disebabkan karena remaja awal ingin diakui dalam sebuah kelompok.

Tabel 2. Data Berdasarkan Perasaan Setelah Mengunggah Foto atau Video ke Media Sosial *Instagram* (n: 200)

Perasaan	Frekuensi	Presentase
Senang	43	21%
Biasa Saja	157	79%

Mayoritas perasaan responden setelah mengunduh adalah perasaan biasa saja (tabel 2). Hal ini dikarenakan perasaan setelah mengunduh foto maupun video dalam media sosial *instagram* termasuk ke dalam *tricomponent model*. Menurut (Schiffman & Kanuk, 2010) dalam (Sumarwan, 2011) bahwa sikap terdiri dari tiga komponen sikap yaitu kognitif, afektif, dan konatif di mana siswa memiliki gambaran atau persepsi tentang media sosial *instagram* dan sudah memiliki pengalaman langsung terhadap media sosial *instagram* dari pengalaman tersebut dapat menggambarkan perasaan atau emosi dari siswa-siswi sehingga dapat mengungkapkan suatu perasaan “senang” atau “biasa saja” saat menggunakan media sosial *instagram*. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa siswa sudah memiliki pengalaman sebelumnya yang terjadi secara berulang-ulang sehingga menggambarkan suatu perasaan atau emosi “biasa saja” yang diungkapkan oleh siswa di sekolah menengah pertama Hati Kudus dan Sekolah menengah atas Dharma Jaya.

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Kebiasaan Mengunggah Foto atau Video ke Media Sosial *Instagram* (n:200)

Kebiasaan Mengunggah Foto atau Video ke Instagram	Frekuensi	Presentase
1 x seminggu	49	24%
≥ 1 x seminggu	64	32%
1 x sebulan	12	6%
≥ sebulan	3	1%

Kebiasaan Mengunggah Foto atau Video ke Instagram	Frekuensi	Presentase
Tidak menentu	18	9%
Jik ada moment/jika ada foto bagus	21	11%

Mayoritas responden mengunggah foto maupun video ke media sosial *instagram* adalah ≥ 1 x seminggu dengan hasil presentase sebesar 32% (tabel 3). Hasil tersebut dikarenakan ketika memiliki waktu senggang siswa-siswi tersebut menghilangkan rasa kejenuhan mereka dengan mengunggah foto maupun video ke media sosial *instagram* selain itu mereka juga dapat berkomunikasi dan berinteraksi melalui media sosial *instagram* untuk saling mendapatkan informasi dengan teman sebaya atau kelompoknya.

PEMBAHASAN

1. Sikap Tentang Minat Menggunakan Media Sosial *Instagram*

Hasil pernyataan sikap remaja dengan nilai rata-rata tertinggi ditunjukkan oleh indikator sikap nomor 1 dengan pernyataan “*upload* foto ketika memiliki momen yang mengesankan” dengan nilai mean = 7,78, error = 0,143, min = 1, max = 10 dan standar deviasi = 2,032. Data distribusi rata-rata sikap remaja di atas menunjukkan hasil yang sejalan dengan pendapat Newcomb dalam Notoatmodjo (2014) mengatakan bahwa sikap merupakan kesiapan dan kesediaan untuk bertindak serta bukan merupakan pelaksana motif tertentu, sehingga dalam kata lain sikap belum merupakan tindakan (reaksi terbuka) akan tetapi merupakan predisposisi perilaku (reaksi tertutup). Serta terdapat juga terdapat hasil yang senada menurut Pujiningtyas (2014) dikatakan dalam penelitiannya bahwa siswa menggunakan foto yang di unggah pada media sosial untuk berkomunikasi dengan teman bahkan dengan lawan jenisnya yang berarti pengguna media sosial *Instagram* digunakan untuk sarana berinteraksi dengan teman dan lawan jenisnya.

Menurut asumsi peneliti, hal ini dapat terjadi karena siswa mengunggah foto ketika memiliki momen yang mengesankan. Hal ini dikarenakan untuk menjalin hubungan dalam persahabatan dalam suatu kelompok atau teman sebaya dengan berbagi momen di media sosial *Instagram* mereka agar dapat saling berinteraksi dan berbagi informasi.

2. Norma Subjektif Tentang Minat Menggunakan Media Sosial *Instagram*

Hasil pernyataan norma subjektif dengan nilai rata-rata tertinggi ditunjukkan oleh indikator norma subjektif nomor 3 dengan pernyataan “mendapatkan informasi dari

pengguna media sosial *Instagram* lain” dengan nilai mean = 6,77, error = 0,177, min = 1, max 10, serta nilai standar deviasi = 2,509. Data distribusi rata-rata norma subjektif di atas menunjukkan hasil yang senada seperti penelitian Abadi (2013) motivasi remaja yang utama dalam menggunakan media sosial diantaranya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai individu lain (teman) dan memperkuat hubungan di antara sesama pengguna media sosial lainnya serta selain itu juga para remaja melalui media sosial relatif lebih mudah dalam mencari informasi.

Menurut asumsi peneliti, hal ini disebabkan siswa mendapatkan informasi dari pengguna media sosial *Instagram* lain” dikarenakan siswa tersebut menggunakan media sosial *Instagram* sebagai alat bantu dalam memudahkan remaja bersosialisasi dan berinteraksi tanpa mengenal waktu dan tempat untuk mendapatkan informasi dari pengguna *Instagram* lain. Kondisi tersebut membuat siswa dapat lebih percaya diri dalam melakukan sosialisai dan berinteraksi secara *face to face* di dunia nyata mereka. Serta selain itu media sosial *Instagram* dapat membantu siswa dalam mengeksplorasi diri dan memberikan ide serta mendapatkan ide tersebut tanpa terbatas akan perasaan malu, takut, dan sebagainya.

3. Kontrol Perilaku Persepsian Tentang Minat Menggunakan Media Sosial *Instagram*

Hasil pernyataan kontrol perilaku persepsian dengan nilai rata-rata tertinggi ditunjukkan pada indikator kontrol perilaku persepsian nomor 2 yaitu “ tetap mengunggah video meskipun tidak mendapatkan *like*” mean = 5,78, error = 0,191, min = 1, max = 10, standar deviasi = 2,703. Data distribusi rata-rata kontrol perilaku persepsian di atas menunjukkan hasil yang senada seperti penelitian Abadi (2013) didapatkan hasil bahwa motivasi siswa menggunakan media sosial *Instagram* adalah untuk mengeksplorasi diri dan melepaskan kejenuhan serta membuat siswa membangun hubungan interpersonal dengan teman sebaya dan kelompoknya dengan cara menampilkan video tentang aktivitas sehari-hari maupun foto diri.

Menurut asumsi peneliti, siswa tetap mengunggah video meskipun tidak mendapatkan *like* karena mereka dapat mengeksplorasi diri, melepaskan kejenuhan dan berbagi informasi dengan pengguna *Instagram* lainnya tentang aktivitasnya sehari-hari yang dilakukan, selain itu juga ketika para remaja tetap mengupload video meskipun tidak mendapatkan *like*, siswa masih bisa melihat komentar yang di berikan oleh sahabat ataupun kelompok sebayanya baik yang positif dan negatif tentang dirinya sehingga

remaja dapat menggunakan persepsi dan menilai sendiri tentang video yang diunggahnya sehingga membentuk kontrol diri dalam menggunakan media sosial *Instagram*, sehingga dapat mengontrol perilaku dalam mengambil suatu tindakan dalam mengungkapkan diri pada jejaring sosial *Instagram*.

4. Minat Menggunakan Media Sosial *Instagram*

Hasil pernyataan minat dengan nilai rata-rata tertinggi ditunjukkan pada indikator minat nomor 2 yaitu “berminat mengupload foto di media sosial *Instagram* ketika rekreasi” dengan nilai statistik mean = 7,02, eror = 0,169, min = 1, max = 10, serta standar deviasi = 2, 392. Data distribusi rata-rata minat di atas menunjukkan hasil yang senada dengan Jogiyanto (2007) bahwa minat baru berupa memilih suatu aktivitas yang mempunyai dampak pribadi dan sosial, minat merupakan suatu proporsi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang akan datang dan minat belum berupa perilaku. Penelitian Mampiring (2015) minat siswa-siswi menggunakan media sosial *Instagram* adalah sebagai alat bantu mereka untuk aktivitas dalam interaksi sosial mereka di lingkungan sekolah. Selain itu media sosial *Instagram* menjadi identitas personal siswa sehingga siswa dengan *followers* yang lebih banyak akan terkenal di kalangan sekolah.

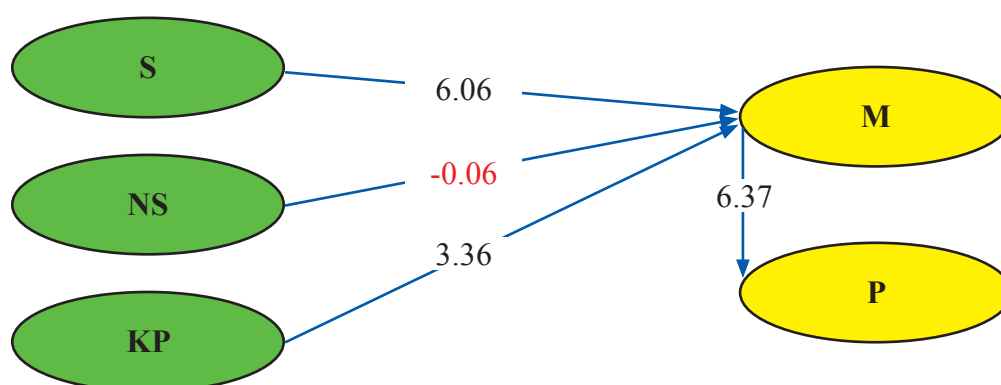
Menurut asumsi peneliti, siswa berminat mengunggah foto di media sosial *Instagram* ketika rekreasi disebabkan karena ingin memberikan informasi aktivitas yang sedang dilakukan, berinteraksi serta membangun hubungan interpersonal dengan teman sebaya maupun kelompok sebaya agar remaja dapat di akui oleh teman dan kelompok sebayanya untuk mencari popularitas dan menunjukkan identitas mereka.

5. Implikasi Perilaku Narsistik

Hasil implikasi perilaku narsistik bahwa terdapat nilai distribusi rata-rata tertinggi ditunjukkan dengan indikator implikasi perilaku narsistik nomor 2 yaitu “mendapatkan “komentar pujian” dari pengguna media sosial *Instagram* lainnya saya lebih percaya diri” dengan nilai statistik mean = 5,490, error = 0,189, min = 1, max= 10,dan nilai standar deviasi = 2,682. Data distribusi rata-rata implikasi perilaku narsistik sejalan dengan Stuart (2013) di mana perilaku narsistik merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia yang dapat diamati oleh orang lain, serta orang dengan narsistik mereka cenderung mencari pujian terus-menerus, penghargaan dan kekaguman dari diri sendiri.

Menurut asumsi peneliti, remaja ingin mendapatkan komentar pujian dari pengguna media sosial *Instagram* lainnya saya lebih percaya diri disebabkan karena remaja akan jauh lebih termotivasi dalam menyebarkan informasi dan memberikan ide-ide yang dimilikinya sehingga siswa tersebut merasa diakui serta di terima oleh teman dan kelompok sebayanya dalam meningkatkan hubungan interpersonal di antara siswa tersebut dalam bersosialisasi dan berinteraksi di sekolahan. Dari data di atas juga ingin menunjukkan bahwa nilai statistik mean lebih besar dibanding dengan nilai statistik standar deviasi yang menunjukkan bahwa tingkat penyimpangan yang rendah terhadap indikator pernyataan.

Tabel 4. Hasil Hybrid Keseluruhan Model Variabel (*T-Value*)



Ha₁: Ada pengaruh sikap (S) terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* (M)

Data analisis multivariat tentang pengaruh sikap terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* secara spesifik yang paling besar pengaruhnya terhadap indikator pernyataan sikap nomor 3 yaitu “Saya menggunakan media sosial *Instagram* untuk mendapatkan “Like” dari pengguna *Instagram* lainnya” yang memiliki nilai (*standar loading factor*: 0,78, *standart error*: 0,39, *Variance Extracted*: 0,32, *t- value*: 6,06). Variabel sikap terhadap minat memiliki nilai *t-value* sebesar 6,06 lebih besar dari >1,96. Data ini memberikan arti bahwa hipotesis Ha₁ diterima, artinya pengaruh sikap terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* signifikan.

Penelitian menurut Anjaskara (2016) dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik regresi diperoleh hasil uji hipotesis yang memiliki nilai *standardized coefficient* sebesar 0,553 serta memiliki nilai signifikansi 0,000. Artinya sikap yang positif dari mahasiswa FISIPOL UMY dapat membentuk minat dalam menggunakan media sosial *Instagram* hal tersebut karena sikap adalah perasaan positif maupun negatif dalam

menggunakan suatu objek sehingga dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan suatu objek dengan cara tertentu.

Menurut asumsi peneliti, siswa di sekolah Dharma Jaya dan Hati Kudus sudah memiliki pengetahuan tentang media sosial *Instagram* sehingga dapat bersikap untuk memberikan pendapat dan perasaan mereka tentang unggahan/*postingan* foto maupun video baik yang positif maupun negatif sehingga menimbulkan tindakan seperti memberikan *like* atau tidak memberikan *like* dan komentar yang diberikan kepada sesama pengguna media sosial *Instagram*.

Ha₂: Tidak terdapat pengaruh norma subjektif (NS) terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* (M)

Data analisis multivariat didapatkan hasil tidak terdapat pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* secara spesifik yang paling besar tidak memiliki pengaruhnya terhadap pernyataan norma subjektif nomor 6 yaitu “Saya menggunakan media sosial *Instagram* karena sepupu laki-laki/perempuan dari ayah”. yang memiliki nilai (*standar loading factor*: 0,88, *standart error*: 0,23, *Variance Extracted*: 0,55, *t-value*: -0,06). Variabel norma subjektif terhadap minat memiliki nilai *t-value* sebesar -0,06 lebih kecil dari > 1,96. Data ini memberikan arti bahwa hipotesis Ha₂ ditolak, artinya pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* tidak signifikan. Data tidak terdapat pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* sejalan dengan pendapat menurut Jogiyanto (2007) Norma subjektif adalah persepsi atau pandangan orang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Menurut asumsi peneliti, bahwa Ha₂ tidak terdapat pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram*. Hal tersebut disebabkan oleh remaja cenderung menggunakan pandangan yang dimiliki oleh kelompok dan teman sebaya karena memiliki motivasi yang sama yaitu mencari popularitas dan menunjukkan identitas mereka sehingga memberikan dorongan bagi remaja untuk mencari kelompok/teman yang sebaya. Selain itu, remaja sedang mengalami perubahan dalam cara berpikir, bersosialisasi, bersikap karena masa transisi dari remaja ke arah dewasa sehingga mereka termotivasi untuk ingin lebih memahami dunia luar selain keluarga serta mereka ingin mendapatkan kebebasan bersikap, berpendapat dan ingin belajar bertanggung jawab dan mandiri.

Ha₃: Ada pengaruh kontrol perilaku persepsian (KP) terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* (M)

Data analisis multivariat tentang pengaruh Kontrol perilaku persepsian terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* secara spesifik yang paling besar pengaruhnya terhadap pernyataan kontrol perilaku persepsian nomor 7 yaitu “Saya akan tetap berfoto meskipun orang lain berkata negatif terhadap perilaku yang saya lakukan” yang memiliki nilai (*standar loading factor*: 0,63, *standart error*: 0,61, *Variance Extracted*: 0,38, *t-value*: 3,36). Variabel kontrol perilaku persepsian terhadap minat memiliki nilai *t-value* sebesar 3,36 lebih besar dari >1,96. Data ini memberikan arti bahwa hipotesis Ha₃ diterima, artinya pengaruh kontrol perilaku persepsian terhadap minat menggunakan media sosial *Instagram* signifikan. Hasil data tersebut sejalan dengan pendapat menurut Ajzen, Icek (1972) Kontrol perilaku persepsian adalah sebagai kekuatan yang dapat dirasakan untuk menahan diri atau mengatur perilaku yang akan dilakukan. Menahan diri dan mengatur diri untuk tidak melakukan suatu tindakan dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi perilaku individu terhadap objek tersebut.

Menurut asumsi peneliti, siswa belum dapat mengatur diri dan menahan diri ketika orang lain berkata negatif tentang perilaku yang dilakukan seperti berfoto/swafoto yang dapat menimbulkan dampak negatif ketika dilakukan secara terus-menerus bagi siswa. Maka seharusnya siswa harus dapat meningkatkan kontrol perilaku persepsian sehingga semakin kecil dampak negatif yang akan diperoleh melalui penggunaan media sosial *Instagram* yang mengarah ke implikasi perilaku narsistik akan tetapi jika kontrol perilaku persepsiannya rendah maka semakin besar dampak negatif yang akan diperoleh melalui penggunaan media sosial *Instagram* yang mengarah ke implikasi perilaku narsistik.

Ha₄: Ada pengaruh minat menggunakan media sosial *Instagram* (M) terhadap Implikasi perilaku narsistik (P)

Berdasarkan analisis multivariat pengaruh minat menggunakan media sosial *Instagram* terhadap Implikasi perilaku narsistik secara spesifik yang paling besar pengaruhnya terhadap pernyataan M7 “berminat mengupload foto di media sosial *instagram* karena saya ingin mendapatkan banyak *like* dari pengguna *instagram* lainnya” yang memiliki nilai (*standar loading factor*: 0,97, *standart error*: 0,06, *Variance Extracted*: 0,57, *t-value*: 6,37). Variabel minat menggunakan media sosial *Instagram* terhadap implikasi perilaku narsistik memiliki nilai *t-value* sebesar 6,37 lebih besar dari >1,96. Data ini memberikan arti bahwa hipotesis

Ha₄ diterima, artinya pengaruh minat menggunakan media sosial *Instagram* terhadap implikasi perilaku narsistik signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat menurut Dwiandani (2013) Minat berperilaku merupakan suatu proporsi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang akan datang. Intensi dikatakan sebagai rencana untuk melakukan perilaku spesifik dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Menurut asumsi peneliti, responden memiliki rencana serta minat untuk mengupload foto ke media sosial *Instagram* sehingga melakukan perilaku swafoto dan mencapai tujuan seperti mendapatkan banyak *like* di media sosial *Instagram*. Di mana swafoto dan narsistik adalah dua hal yang saling berkaitan satu sama lain akan tetapi tidak sama. Pada penelitian ini siswa-siswi ingin mendapatkan banyak *like*. Hal ini disebabkan karena siswa ingin diperlakukan spesial dan ingin diakui serta ingin dikagumi oleh kelompok dan teman sebaya.

SIMPULAN

1. Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan media sosial *instagram*.
2. Norma subjektif tidak terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan media sosial *instagram*.
3. Kontrol perilaku persepsian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan media sosial *instagram*.
4. Minat menggunakan media sosial *instagram* berpengaruh signifikan terhadap implikasi perilaku narsistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi. (2013). *Media Sosial Dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja Di Sidoarjo*. <http://journal.umsida.ac.id/files/7.FANDRIANTOTOK.pdf> [online] diakses pada tanggal 7 Maret 2017 pada pukul 13.05.
- Adrian, Adhirsyah. (2014). *Dumb ways to survive*. Jakarta: PT. Lintas Kata.
- Ajzen, Icek (1972). *Attitude and Normative Beliefs as Factors Influencing Behavior Intention*, *Journal of Personality and Social Psychology* vol 21 no.1-9. <http://people.umass.edu>. [online]. Di akses pada tanggal 10 april 2016 pukul 15.06.
- Anjaskara. (2016). *Pengaruh Sikap Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen Terhadap Minat Beli Melalui Situs Instagram)* <http://repository.umy.ac.id/> [online] di akses pada tanggal 7 maret 2017 pada pukul 13.08.

- Ambardar. (2016). *Narsisstic Personality Disorder*. <http://emedicine.medscape.com/article/1519417-overview>. [online]. Di akses pada tanggal 10 april 2016 pada pukul 16.04.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia*. <https://www.apjii.or.id/content/statistik/39>. [online]. Di akses pada tanggal 26 april 2016 pukul 18.36.
- Ashari. (2015). *Jari tangan yang berbicara*. Jakarta: Moeko Publishing
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical Manual Of Mental Disorder* 5^{Ed}. American Psychiatric. <http://dsm.psychiatryonline.org/doi/book/10.1176/appi.books.9781585629992> [online]. Diakses pada tanggal 28 April 2016 pada pukul 12.44.
- Dwiandani, Tantri. D (Penerjemah). (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* edisi 9 Buku I. Jakarta: Salemba empat.
- Endar. (2015). *Globalisasi dalam bidang teknologi dan komunikasi*. <http://komunikasi.us/index.php/course/15-komunikasi-teknologi-dan-masyarakat/5555-response-paper-12>. [online]. Di akses pada tanggal 26 April pada pukul 18.05.
- Ferdinad. (2014). *Metode Penelitian Menejemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Tesis, Skripsi, Disertasi*. Jakarta: Universitas Diponegoro.
- Gail. W, Stuart, Keliat, Pasaribu. (2013). *Keperawatan Kesehatan Jiwa Stuart ed Indonesia I*. Singapore: ELSEVIER.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuaan*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Kominfo. (2014). *Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai perilaku Remaja Dalam Menggunakan Internet*. <https://kominfo.go.id/index.php/>. [online] di akses pada tanggal 29 April 2017 pada pukul 09.12.
- Mailanto. (2016). *Pengguna Insatagram Terbanyak di Indonesia, Mencapai 89%*. <http://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>. [online] di akses pada tanggal 28 April 2016 pada pukul 19.45.
- Mampiring. (2015). *Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado* (Studi Pada Jurusan IPA Angkatan 2012). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/8500>. [online] di akses pada tanggal 7 Maret 2017 pada pukul 13.00.

- Nelson. J. (2013). *Nursing care of children: principles & practice Ed₄*. ELSEVIER: St. Louis, Missouri.
- Notoatmodjo. (2014). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. Notoatmodjo. (2012). *Metodologi kesehatan Keperawatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pujiningtyas. (2014). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Seks Siswa SMP di Surakarta. http://eprints.ums.ac.id/31051/1/2._HALAMAN_DEPAN.pdf [online] di akses pada tanggal 7 Maret 2017 pada pukul 13.16.
- Rahmanita. (2015). Perbedaan *kecenderungan narsistik antara laki-laki dengan perempuan pengguna jejaring sosial instagram*. www.e-jurnal.com/2015/09/perbedaan-kecenderungan-narsistik.html. [onlinen] diakses pada tanggal 3 Maret 2016 pukul 14.05.
- Reza. (2015). *Instagram “Diserbu” 400 Juta Pengguna, termasuk Indonesia*. <http://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/instagram.diserbu.400.juta.pengguna.termasuk.indonesia>. [online] di akses pada tanggal 9 April 2016 pada pukul 18.00.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Cetakan I Edisi 2*. Bogor: Gahlia Indonesia.
- Supardi. (2013). *Buku Ajar Metodologi Riset Keperawatan*. Jakarta: CV. Trans Info Media.
- Utarri. (2015). *Makna Foto Selfie sebagai Bentuk diri Mahasiswa Fikom Unisba*. <http://www.karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/download/189/64>. [online] di akses pada tanggal 4 Mei 2016 pada pukul 23.00.
- Wahyuningsi. (2015). *Mengenal Narsisme, Ganggu Jiwa karena selfie berlebihan*. <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150107143051-255-22962/mengenal-narsisme-gangguan-jiwa-karena-selfie-berlebihan/>. [online] diakses pada tanggal 10 April 2016 pada pukul 3.06.
- Windratie. (2015). *Doyan Foto Selfie Pertanda Ganggun Jiwa ?*. <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150107102459-255-22893/doyan-foto-selfie-pertanda-gangguan-jiwa/>. [online] di akses pada tanggal 4 mei 2016 pada pukul 23.05.
- Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (Tahun). Judul artikel. *Judul jurnal, volume(issue)*, hlm - hlm. doi:xx.xxxxxxxxxx
- Houlston, R. S. (2008). Pseudoautosomal linkage in chronic lymphocytic leukaemia. *British Journal of Haematology*, 109(4), 899– 900. doi: 10.1046/j.1365-2141.2000.109004899.x

- Herbst-Damm, K. L., & Kulik, J. A. (2005). Volunteer support, marital status, and the survival times of terminally ill patients. *Health Psychology, 24*, 225-229. doi:10.1037/0278-6133.24.2.225.
- Koo, D. J., Chitwoode, D., D., & Sanchez, J. (2008). Violent victimization and the routine activities/lifestyle of active drug users. *Journal of Drug issues, 38*, 1105-1137. Retrieved from <http://www.criminology.fsu.edu/~jdi>.
- Mathews, J., Berret, D., & Brillman, D. (2005, May 16). Other winning equation. *Newsweek, 145*(20), 58-59.
- Alexie, S. (1992). *The bussiness of fancy dancing: Stories and poems*. Brooklyn, NY: Hang Loose Press.