

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas secara mendalam mengenai dasar penelitian seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Latar belakang yang dibahas adalah kepribadian *extraversion*, perilaku narsisme yang dimoderasi *social media engagement*.

1. Latar Belakang Penelitian

Pandemi global COVID-19 satu tahun kebelakang ini berkembang menjadi masalah kesehatan internasional serta menjadi tantangan besar bagi masyarakat di seluruh dunia. Pada tanggal 11 Maret 2020 WHO menetapkan COVID-19 sebagai pandemi (WHO, 2020). Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan secara fisik, situasi pandemi juga mental seorang individu (Xiang et al., 2020). Adanya unsur ketidakpastian serta perubahan, yang berimplikasi pada setiap hal, seperti pekerjaan, pendidikan, maupun relasi atau kehidupan sosial. Setiap individu memiliki perbedaan yang terlihat melalui perilaku dalam menghadapi pandemi COVID-19 ini, salah satunya adalah keinginan untuk mencari status (keeksistensian) yang dikaitkan dengan perilaku narsisme (Grubbs et al., 2022).

Individu dengan perilaku narsisme memiliki keinginan untuk mendapatkan rasa hormat dan kekaguman dari orang lain (Mahadevan & Jordan, 2022), dengan membicarakan tentang pencapaian diri mereka sendiri atau pengalaman yang mereka rasakan (Buss & Chiodo, 1991). Bahkan, pada situasi pandemi COVID-19 ini masyarakat terus melaporkan dan berbicara mengenai pandemi COVID-19, salah satu aktivitas yang tercermin adalah keterlibatan untuk membagikan pengalaman diri sendiri atau melaporkan diri sendiri (*self reported*) pada media sosial dengan orientasi status (keeksistensian) (Grubbs et al., 2022). Membuat media sosial menjadi media bagi individu dengan perilaku narsisme dalam mengaktualisasikan diri dan membesar-besarkan diri sendiri melalui unggahan foto, status, video dan berbagai potensi dengan harapan untuk mendapatkan pengakuan dan apresiasi dari orang lain (Nitya, S, 2017). Selain itu, D. Liu & Campbell (2017) mengungkapkan aktivitas memeriksa profil dan mengunggah pembaruan pada jejaring sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari individu dengan perilaku narsisme. Adanya perbedaan respon dalam

menghadapi berbagai situasi ini, salah satunya perilaku narsisme dipengaruhi oleh *trait* kepribadian pada masing-masing individu. Pada studi oleh McCrae & Costa (2003) konsistensi pikiran, perilaku serta interaksi merupakan prediktor dari sebuah respon dari individu yang ditampilkan melalui perilaku dalam interaksinya dengan lingkungan serta situasi di sekitarnya.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Lewis Goldberg dan selanjutnya dikembangkan oleh Allport, mengungkapkan lima besar kepribadian dalam teori *The Big-Five Personality Theory*. *The Big-Five Personality* merupakan sifat kepribadian yang di dalamnya terdiri dari lima dimensi yakni *neuroticism*, *extraversion*, *openness*, *agreeableness* dan *conscientiousness* (Howay et al., 2019). Dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus pada salah satu kepribadian yaitu *extraversion*, karena diantara kelimanya kepribadian *extraversion* memiliki keterkaitan dengan perilaku narsisme (McCrae, 1992). Individu dengan kepribadian *extraversion* digambarkan sebagai individu yang banyak bicara, mudah bergaul, aktif, ramah serta menyenangkan sehingga mereka memiliki kecenderungan untuk menjalin hubungan antar pribadi dan memiliki interaksi sosial yang tinggi (Kircaburun et al., 2020; Marshall et al, 2015). Pada teori *The Big Five Personality* oleh McCrae (2002) juga mengindikasikan bahwa domain dari kepribadian ekstrasversi adalah preferensi untuk mencari interaksi sosial, sehingga mereka aktif untuk membagikan pengalamannya dirinya serta emosi positif dengan orang lain karena cenderung memiliki harga diri yang lebih tinggi (Zywica & Danowski, 2008)

Keterkaitan *extraversion* dan perilaku narsisme ini diperkuat oleh studi yang dilakukan oleh D. Wang (2017) dimana individu dengan kepribadian *extraversion* memiliki kecenderungan untuk membagikan dan mengunggah diri sendiri serta informasi mengenai kehidupan pribadinya. Dalam studi yang dilakukan oleh Paulhus & William (2002) terhadap mahasiswa psikologi menunjukkan hubungan positif perilaku narsisme terhadap kepribadian *extraversion*. Pada penelitian lain kepribadian ekstrasversi secara konsisten dan kuat terkait dengan pencarian status (keeksistensian) atas pengakuan orang lain terhadap dirinya serta mengungkapkan motif pencarian status (keeksistensian) yang lebih besar dibandingkan dengan kepribadian lainnya (Neel et al., (2015).

Memiliki domain untuk menjalin interaksi sosial, individu dengan kepribadian *extraversion* cenderung memiliki banyak koneksi dengan orang lain baik di dunia nyata maupun pada situs jejaring media sosial (D. Wang, 2017). Didukung dengan diberlakukannya

kebijakan karantina di masa pandemi COVID-19 intensitas dan penggunaan media sosial pada masyarakat turut meningkat untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial (Bendau et al., 2021; Depoux et al, 2020). Intensitas penggunaan media sosial saat ini dikaitkan dengan istilah *social media engagement*. Menurut Przybylski, et al., (2013) tingginya intensitas penggunaan media sosial menunjukkan adanya tingkat *social media engagement* yang tinggi pula. Di Gangi & Wasko (2016) turut mengungkapkan bahwa *social media engagement* merupakan kecenderungan penggunaan media sosial yang lebih besar, sedangkan penggunaan sendiri didefinisikan sebagai frekuensi kontribusi, pengambilan dan eksplorasi konten pada media sosial oleh pengguna (Bernoff & Li, 2008).

Media sosial menyuguhkan kebesaran perhatian yang akan didapatkan oleh penggunanya sehingga memberikan kontrol yang lebih besar atas presentasi diri seorang individu dibandingkan dengan interaksi tatap muka, sehingga individu dapat menunjukkan pencapaian pribadi lebih luas dan banyak (Barry & McDougall, 2018 ; Andreassen, Pallesen, & Griffith, 2017). *Social media engagement* erat dikaitkan dengan perilaku narsisme, dimana media sosial dianggap sebagai lingkungan yang ideal untuk mencapai tujuan individu dengan perilaku narsisme (Casale & Banchi, 2020). Pada media sosial individu dapat mengatur, mengelola, dan promosikan "diri" secara *online* sepanjang hari dan mendapatkan umpan balik atas upaya mereka. (Ksinan & Vazsonyi, 2016) dalam studinya berpendapat bahwa tingkat perilaku narsisme yang tinggi tidak hanya dikaitkan dengan perilaku online yang aneh namun juga frekuensi (yaitu, frekuensi pengunggahan foto yang lebih tinggi), yang menyebabkan masalah seperti kekurangan regulasi diri dan penggunaan media sosial bermasalah. Brailovskaia & Bierhoff (2016) menyatakan, individu dengan perilaku narsisme cenderung menjadi pengguna media sosial yang “aktif” dalam aktivitas membuat konten, keterlibatan yang lebih tinggi dalam mengunggah dan memproduksi unggahan serta menyukai dan mengomentari laman media sosial.

Berdasarkan data pada laman Hootsuite We Are Sosial (2019) pengguna media sosial di Indonesia didominasi rentang usia 18-25 Tahun. Coyne, Padilla-Walker, & Howard (2013) mengungkapkan kelompok usia tersebut merupakan generasi pertama yang terpapar atau menggunakan ponsel, layanan pesan (*SMS*) serta situs jejaring sosial untuk 18 tahun pertama dalam hidupnya. Pada rentang usia ini individu memasuki masa *emerging adulthood*, mereka cenderung menggunakan media sosial untuk alasan sosial, pengumpulan informasi dan lebih bergantung pada media sosial sebagai komunikasi sebagai akses berkomunikasi dibandingkan

dengan usia yang lebih tua ataupun lebih muda (Hughes et. Al, 2014 ; Wigati et al., 2021). Berdasarkan hal tersebut peneliti mengindikasikan bahwa pada kelompok usia tersebut memiliki tingkat *social media engagement* cukup tinggi.

Individu dengan kepribadian *extraversion* direpresentasikan sebagai individu yang ramah, mudah bergaul serta memiliki preferensi mencari interaksi sosial dan mereka juga aktif untuk membagikan pengalaman serta informasi mengenai dirinya kepada orang lain dibandingkan kepribadian yang lain (Zywica & Danowski, 2008). Adanya keinginan untuk menjalin dan mencari interaksi sosial menjadikan kepribadian *extraversion* kepribadian yang terkait dengan perilaku narsisme, dimana individu dengan kepribadian *extraversion* memiliki kecenderungan untuk membagikan dan mengunggah diri sendiri serta informasi mengenai kehidupan pribadinya (D. Wang, 2017). Hal ini diperkuat dengan studi yang menyebutkan bahwa kepribadian ekstraversi secara konsisten dan kuat terkait dengan pencarian status (keeksistensian) atas pengakuan orang lain terhadap dirinya serta mengungkapkan motif pencarian status (keeksistensian) yang lebih besar dibandingkan dengan kepribadian lainnya (Neel et al., (2015).

Adanya kebijakan karantina selama pandemi COVID-19 penggunaan media sosial masyarakat meningkat. Kebijakan isolasi fisik berpengaruh terhadap peningkatan penggunaan media sosial untuk tetap terhubung dengan kerabat dan teman, sebagai hiburan dan media aktualisasi diri (Depoux et.al 2020). Individu dengan kepribadian *extraversion* melakukan perilaku narsisme ke dunia maya, salah satunya dengan dengan membicarakan tentang pencapaian diri mereka sendiri atau pengalaman diri sendiri rasakan di media sosial melalui aktivitas membuat konten, mengunggah dan memproduksi unggahan yang cenderung menunjukkan dan membanggakan diri sendiri dalam berbagai aspek yang dominan, serta menyukai dan mengomentari unggahan dengan orientasi penghargaan atau rasa hormat dari pengguna lainnya (Brailovskaia & Bierhoff, 2016 ; Buffardi & Campbell, 2008).

Ketika kepribadian *extraversion* memiliki hubungan langsung dengan perilaku narsisme, keterlibatan pada media sosial (*social media engagement*) berperan sebagai variabel moderator yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel dependen atau independen (Sugiyono, 2004). Berdasarkan uraian-uraian diatas, peneliti bertujuan untuk meneliti pengaruh kepribadian *extraversion* terhadap perilaku narsisme di media sosial yang dimoderasi keterlibatan pada media sosial pada dewasa awal.

2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kepribadian ekstraversi terhadap perilaku narsisme di media sosial yang dimoderatori oleh *social media engagement* pada dewasa awal?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepribadian *extraversion* terhadap perilaku narsisme di media sosial yang dimoderatori oleh *social media engagement*.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu, diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mengenai keilmuan psikologi terkait berbagai kepribadian BIG 5 (kepribadian *extraversion*), perilaku narsisme di media sosial dan berbagai peran media sosial yakni *social media engagement* sebagai variabel moderator dalam penelitian ini karena sampai saat ini informasi mengenai *social media engagement* dalam konteks non-ekonomi masih sulit ditemukan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat yang merupakan pengguna media sosial agar lebih bijak dalam melakukan *social media engagement* agar terhindar dari penggunaan internet yang bermasalah yang akan berdampak negatif, yakni perilaku narsisme di media sosial yang akan memunculkan perilaku self-sentris yakni hanya asyik dan tertarik yang menyangkut kesenangan diri sendiri & sensitif seta agresif ketika mendapatkan masukan atau kritikan yang mengoreksi atau pola pikirnya karena dianggap sebagai ancaman, menuntut perhatian yang terus menerus yang akan merugikan diri sendiri serta orang lain serta mempengaruhi hubungan sosial individu tersebut.