

BAB II

LANDASAN TEORITIS DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Landasan Teoritis

1. Kecenderungan Narsistik

a. Hakikat Kecenderungan

Kecenderungan adalah keinginan-keinginan yang sering muncul atau timbul. Kecenderungan merupakan hasrat aktif yang mendorong seseorang agar lekas bertindak. Hal ini dapat menimbulkan dasar kegemaran terhadap sesuatu (Lailatul Fitriyah dan Moh. Jauhar, 2014).

Kecenderungan disebut juga kesiapan reaktif yang bersifat kebiasaan. Kecenderungan merupakan sifat/watak seseorang yang disposional, yaitu bukan merupakan tingkah laku itu sendiri. Akan tetapi merupakan sesuatu yang memungkinkan timbulnya tingkah laku dan mengarahkan pada objek tertentu. Kecenderungan sifatnya bukan herediter yakni tidak dibawa sejak lahir, juga tidak mekanistik kaku seperti refleks dan kebiasaan. Kecenderungan sifatnya bisa sementara namun kadang kala juga bisa bersifat menetap (Lailatul Fitriyah dan Moh. Jauhar, 2014).

b. Hakikat Narsistik

Kata narsis berasal dari sebuah mitologi Yunani kuno, tentang seorang pemuda tampan bernama Narsisus yang dikutuk mencintai bayangan wajahnya sendiri. Mitologi yang digunakan dalam psikologi pertama kalinya oleh bapak psikoanalisis, Sigmund Freud (1856-1939) untuk menggambarkan individu-individu yang menunjukkan cinta diri yang berlebihan. Freud menamakan "*The Narsissist*" dan pelakunya disebut individu narsistik atau seorang narsis (Hardjanta, dalam Philip, 2007).

Secara etimologi narsistik berasal dari kata *narcissistic*. Narsistik digunakan untuk menggambarkan orang yang mencintai dirinya sendiri. Kecintaan pada diri sendiri bisa dianggap normal, tetapi bila berlebihan dan bersifat mengganggu orang lain ataupun diri sendiri maka dianggap penyimpangan atau gangguan kepribadian (Hardjanta, dalam Philip, 2007). Individu yang suka bersolek, suka berdandan dan suka mengagumi dirinya sendiri dapat dikatakan sebagai narsis. Narsistik merupakan cinta diri, memiliki perhatian yang sangat berlebihan kepada diri sendiri, dicirikan secara khas dengan perhatian yang sangat ekstrim kepada diri sendiri, dan kurang atau tidak adanya perhatian pada orang lain. Narsistik bisa terus-menerus dan berlanjut sampai

memasuki masa kedewasaan sebagai satu bentuk fiksasi (Chaplin, 2001).

Narsistik adalah pola kepribadian yang didominasi oleh perasaan dirinya hebat, senang dipuji dan dikagumi serta tidak ada rasa empati. Kepribadian narsistik memiliki perasaan yang kuat bahwa dirinya adalah orang yang sangat penting serta merupakan individu yang unik. Mereka sangat sulit sekali menerima kritik dari orang lain, sering ambisius, dan mencari ketenaran (Ardani, 2011). Sedangkan orang-orang dengan gangguan kepribadian narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka; mereka terfokus dengan berbagai fantasi keberhasilan besar (Davidson, dkk. 2012).

American Psychiatric Association (2000) menjelaskan bahwa *Narcissistic Personality Disorder* (NPD) atau gangguan kepribadian narsistik sebagai pola yang membesar-besarkan sesuatu (baik dalam fantasi atau perilaku), kebutuhan untuk dikagumi, dan lemah dalam empati, yang dimulai dari dewasa awal dan hadir dari berbagai konteks. Seseorang dengan gangguan kepribadian narsistik umumnya berharap orang lain melihat kualitas khusus mereka, bahkan saat prestasi mereka biasa saja, dan mereka

menikmati bersantai di bawah sinar pemujaan (Campbell & Miller, 2011).

Kecenderungan untuk berperilaku narsis muncul dari kegagalan meniru empati dari orang tua pada masa perkembangan awal anak. Akibatnya, anak tetap bertahan di tahap perkembangan untuk pencarian perasaan dan fantasi kebebasan yang berlebihan. Selain itu, anak (dan kelak setelah dewasa) menjadi terlibat dalam pencarian yang tak berujung dan tanpa hasil, figur ideal yang dianggapnya dapat memenuhi kebutuhan empatinya yang tidak pernah terpenuhi.

Menurut Kohut (dalam Duran dan Barlow, 2007). Individu dengan kecenderungan narsis memanfaatkan individu lain untuk kepentingan diri sendiri dan hanya menunjukkan sedikit empati kepada individu lain.

Seseorang yang narsis atau narsistik memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian (Abnormal Psychology, 2000). Orang yang narsistik akan mengalami gangguan kepribadian. Gangguan kepribadian yang dimaksud adalah gangguan kepribadian narsistik atau (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – Fourth Edition*).

Gangguan kepribadian narsistik ditandai dengan 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.

Ada beberapa aspek bagi kemunculan perilaku narsistik, seperti mengutip dari Mitchell JJ dalam bukunya, *The Natural Limitations of Youth*, ada lima penyebab kemunculan narsis pada remaja, yaitu adanya kecenderungan mengharapkan perlakuan khusus, kurang bisa berempati terhadap orang lain, sulit memberikan kasih sayang, belum punya kontrol moral yang kuat, dan kurang rasional. Kedua aspek terakhir inilah yang paling kuat memicu narsistik yang berefek darurat (Sadarjoen, 2003).

c. Hakikat Kecenderungan Narsistik

Narsistik merupakan cinta diri, memiliki perhatian yang sangat berlebihan kepada diri sendiri, dicirikan secara khas dengan perhatian yang sangat ekstrim kepada diri sendiri, dan kurang atau tidak adanya perhatian pada orang lain. Narsistik ini bisa terus-menerus dan berlanjut sampai memasuki masa kedewasaan sebagai satu bentuk fiksasi (Chaplin, 2001). Narsistik adalah pola

kepribadian yang didominasi oleh perasaan dirinya hebat, senang dipuji dan dikagumi serta tidak ada rasa empati. Kepribadian narsistik memiliki perasaan yang kuat bahwa dirinya adalah orang yang sangat penting serta merupakan individu yang unik.

Seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan narsistik jika seseorang memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian terhadap dirinya. Munculnya perilaku narsistik merupakan sebuah organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari pada sebuah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons. Berdasarkan berbagai definisi di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa kecenderungan narsistik adalah suatu keinginan individu yang cenderung suka meminta pengaguman, pujian, dan pemujaan diri tentang kebutuhan akan keunikan, kelebihan kesuksesan, kemampuan yang lebih tinggi dibandingkan orang lain, serta meminta perhatian yang lebih dari orang lain sebagai bentuk penilaian atas dirinya.

d. Ciri-ciri Kecenderungan Narsistik

Individu dengan kecenderungan narsistik mempunyai ciri-ciri, antara lain: suka bersolek, suka berdandan, dan suka mengagumi dirinya sendiri secara berlebihan (Pradana saktya, 2008).

Campbell berpendapat bahwa seseorang narsistik mempunyai ciri-ciri, antara lain:

- a. Mempunyai konsep diri yang selalu positif tentang dirinya (berpikir bahwa dirinya baik dalam hampir segala hal).
- b. Egosentrisme (memikirkan dirinya sendiri tanpa mau mendengarkan pandangan orang lain).
- c. Merasa diri spesial atau unik.
- d. Mempunyai hubungan interpersonal yang kurang baik.

Mitchell mengategorikan lima ciri khas orang dengan kecenderungan narsistik, yaitu:

- a. Adanya kecenderungan mengharapkan perlakuan khusus.
- b. Kurang dapat berempati terhadap orang lain.
- c. Sulit memberikan kasih sayang, belum punya kontrol moral yang kuat.
- d. Kurang rasional.

Menurut *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – Fourth Edition* (DSM-IV) individu dapat dianggap mengalami gangguan kepribadian narsistik jika memiliki 5 (lima) dari 9 (sembilan) ciri kepribadian sebagai berikut :

1. *Grandiose view of one's importance, arrogance.*

Merasa paling hebat namun seringkali tidak sesuai dengan potensi yang dimiliki dan senang memamerkan apa yang dimiliki termasuk gelar (prestasi) dan harta benda.

2. *Preoccupation with one's success, beauty, brilliance.*

Dipenuhi dengan fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan atau cinta sejati.

3. *Extreme need of admiration.*

Memiliki kebutuhan yang eksekif untuk dikagumi.

4. *Strong sense of entitlement.*

Merasa layak untuk diperlakukan secara istimewa.

5. *Lacks of empathy.*

Kurang empati.

6. *Tendency to exploit others.*

Mengeksploitasi hubungan interpersonal.

7. *Envy of others.*

Seringkali memiliki rasa iri pada orang lain atau menganggap bahwa orang lain iri kepadanya.

8. *Shows arrogant, haughty behavior or attitudes.*

Angkuh, memandang rendah orang lain.

9. *Believe that she or he is special and unique.*

Percaya bahwa dirinya adalah spesial dan unik. (APA, 2012)

Seseorang yang mengalami gejala ini dapat disebut memiliki kecenderungan narsisis. Sifat narsis ada dalam setiap manusia sejak lahir. Kelainan kepribadian atau bisa disebut juga penyimpangan kepribadian merupakan istilah umum untuk jenis penyakit mental seseorang, dimana pada kondisi tersebut cara berpikir, cara memahami situasi dan kemampuan berhubungan dengan orang lain tidak berfungsi normal. Kondisi itu membuat seseorang memiliki sifat yang menyebabkannya merasa dan berperilaku dengan cara-cara yang menyedihkan, membatasi kemampuannya untuk dapat berperan dalam suatu hubungan. Seseorang yang narsis biasanya memiliki rasa percaya diri yang sangat kuat, namun apabila narsisme yang dimilikinya sudah mengarah pada kelainan yang bersifat patologis, maka rasa percaya diri yang kuat tersebut dapat digolongkan sebagai bentuk rasa percaya diri yang tidak sehat, karena hanya memandang dirinya adalah seseorang yang paling hebat dari orang lain.

Narsis atau yang dalam istilah ilmiahnya *Narcissistic Personality Disorder* (NPD) adalah penyakit mental ketika seseorang memiliki rasa percaya diri yang sangat tinggi untuk kepentingan pribadinya dan juga rasa ingin dikagumi. Narsis termasuk salah satu dari tipe penyakit kepribadian. Seseorang

yang terkena penyakit narsis biasanya diiringi juga dengan pribadi yang emosional, lebih banyak berpura-pura, antisosial, terlalu mendramatisir sesuatu dan memiliki kebutuhan yang eksekif untuk dikagumi, dapat dikatakan memiliki kebutuhan yang eksekif pada keadaan yang melampaui kebiasaan sehingga timbulah perasaan ini selalu dikagumi.

Pada buku *Essentials Abnormal Psychology* karya V. Mark Durand dan David H. Barlow, dijelaskan bahwa gangguan kepribadian narsistik adalah gangguan yang melibatkan pola *pervasive* dari *grandiosities* dalam fantasi atau perilaku yang membutuhkan pujian dan kurang memiliki empati.

Orang-orang yang menilai “tinggi” dirinya sendiri bahkan melebih-lebihkan kemampuan mereka dan menganggap dirinya berbeda dengan orang lain, serta pantas menerima perlakuan khusus, merupakan perilaku yang sangat ekstrem.

Penderita gangguan kepribadian narsistik memiliki perasaan yang tidak masuk akal bahwa dirinya orang penting dan sangat terokupasi dengan dirinya sendiri sehingga mereka tidak memiliki sensitivitas dan tidak memiliki perasaan iba terhadap orang lain (Gunderson, Ronningstam, dan Smith, 2015).

Seseorang dengan kecenderungan narsistik membutuhkan dan mengharapkan perhatian khusus. Mereka juga cenderung memanfaatkan dan mengeksploitasi orang lain bagi kepentingannya sendiri serta hanya sedikit menunjukkan sedikit empati. Ketika dihadapkan pada orang lain yang sukses, mereka bisa merasa sangat iri hati dan arogan. Dan karena mereka sering tidak mampu mewujudkan harapan-harapannya sendiri, mereka sering merasa depresi.

Sebuah studi baru juga menunjukkan bahwa orang dengan karakter narsis memiliki kecenderungan untuk berbuat curang, baik pada tugas dan nyontek ujian sekolah. Hasil studi menunjukkan bahwa orang narsis termotivasi untuk menipu dan berbuat curang karena sifatnya yang selalu ingin pamer kepada orang lain. Orang narsis juga tidak pernah merasa bersalah dengan tindakannya.

"Orang narsis benar-benar ingin dikagumi oleh orang lain. Saat menjadi pelajar, ia selalu ingin mendapat nilai bagus dengan cara apapun termasuk berbuat curang dengan menyontek," kata Amy Brunell, penulis studi dan asisten profesor psikologi di Ohio State University di Newark. (Caligor Eve, 2015).

Menurut Brunell, orang narsis cenderung lebih egois, melebih-lebihkan bakat dan kemampuannya serta kurangnya rasa empati kepada orang lain. "Narsisis (sebutan untuk orang narsis) merasa perlu untuk mempertahankan citra diri yang positif dan mereka kadang-kadang akan menyisihkan kekhawatiran etis untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan".

Studi yang dilakukan tim Brunell melibatkan 199 mahasiswa. Peneliti mengukur tingkat narsisme dengan memilih pernyataan yang paling menggambarkan sifat partisipan. Misalnya, partisipan dapat memilih antara 'saya tidak lebih baik atau tidak lebih buruk daripada kebanyakan orang' atau 'saya berpikir saya orang yang spesial'. Peneliti juga mengukur tingkat 'harga diri' partisipan dan menanyakan seberapa sering partisipan berbuat curang dengan menyontek pada saat mengerjakan tugas atau ujian sekolah selama satu tahun terakhir. Brunell mengatakan "Kami menemukan bahwa salah satu bagian yang lebih berbahaya dari narsisisme-eksibisionisme (keinginan untuk pamer dan menjadi pusat perhatian) adalah terkait dengan kecurangan, dalam hal ini kecurangan akademik. Keinginan untuk memamerkan diri benar-benar membuat orang dengan karakter narsisme lebih

mungkin untuk melakukan tindakan curang. Hasil studi ini telah dipublikasikan secara online di jurnal *Personality and Individual Differences* (D. Saklofske, 2015).

e. Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Narsistik

Narsistik merupakan varietes yang amat luas, bukan hanya mengenal gejalanya saja melainkan penyebabnya (Lubis, 1993). penyebab narsisme dari faktor biologis, psikoanalisa, dan sosiokultural seperti yang akan diuraikan sebagai berikut:

a. Faktor psikologis.

Narsisme terjadi karena tingkat aspirasi yang tidak realistis atau berkurangnya penerimaan terhadap diri sendiri.

b. Faktor biologis.

Secara biologis gangguan narsisme lebih banyak dialami oleh individu yang orang tuanya penderita neurotik. Selain itu jenis kelamin, usia, fungsi hormonal dan strukturstruktur fisik yang lain ternyata berhubungan dengan narsisme.

c. Faktor sosiologis.

Narsisme dialami oleh semua orang dengan berbagai lapisan dan golongan terhadap perbedaan yang nyata antara kelompok budaya tertentu dan reaksi narsisme yang dialaminya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor penyebab narsistik terdiri dari pilihan objek, luka narsistik, pembekalan narsistik. faktor psikologis yang tertanam dalam struktur ego dan akhirnya dapat muncul sebagai narsistik, faktor biologis, faktor sosiologis yang dialami oleh lapisan yang terdapat perbedaan yang nyata yang akan mempengaruhi tingkah laku individu.

f. Faktor Penyebab Kecenderungan Narsistik

Kecenderungan perilaku narsistik muncul dari kegagalan meniru empati dari orang tua pada masa perkembangan awal anak. Akibatnya, anak tetap terfiksasi ditahap perkembangan selanjutnya. Untuk perkembangan normal diluar fase yang terjadi, menurut pandangan yang ada, orang tua harus melakukan suatu pencerminan terhadap anak. Ini membantu anak mengembangkan tingkat kepercayaan diri yang normal dan perasaan harga diri guna menopang di kehidupan mereka, ketika realita hidup mereka diumbar untuk membesarkan (Kohut, 1971-1977). Perilaku narsistik dicirikan oleh keterpusatan diri. Bahwa individu merasa menjadi pusat dari segala bentuk perilaku yang ada disekiratnya dan menonjolkan diri sendiri.

Kecenderungan perilaku narsistik lebih mungkin berkembang jika orang tua lalai, menghilangkan nilai, atau tidak berempati kepada anak, individu ini akan terus menerus mencari penegasan dari sebuah pengidealan dan perasaan megah terhadap diri. (Kohut dan Kernberg, 1978).

Perilaku narsistik datang dari penilaian berlebihan orang tua yang tidak realistis (Widiger & Bornstein, 2001). Seperti contoh, anak telah mengemukakan bahwa orang tua memanjakan dan menurutkan permintaan anak-anaknya dalam cara mendidik mereka bahwa keinginan mereka adalah sebuah perintah, bahwa mereka dapat menerima tanpa harus mengembalikannya, dan bahwa mereka pantas menjadi seseorang yang menonjol bahkan tanpa perjuangan yang perlu dilakukannya.

g. Akibat Kecenderungan Narsistik

Dr. Sam Vaknin, pengarang "*Malignant Self Love – Narcissism Revisited*" menjelaskan: "Setiap orang adalah narsis dalam derajat berbeda. Narsistik adalah fenomena yang sehat. Ia membantu pertahanan hidup. Perbedaan antara narsis dan patologis adalah dalam ukurannya. Maksud patologis disini adalah, jika individu ini sudah tidak dapat membedakan antara realita dan khayalan,

sehingga merusak dan mengganggu fungsi individu baik secara psikis dan terutama fungsi sosialnya (San Vaknin, 2015).

Narsis patologis adalah suatu sifat dan perilaku yang menandakan kegilaan dan obsesi dengan diri sendiri. Cenderung mengesampingkan orang lain, bersifat egois dan tidak merasa salah dalam memanfaatkan orang lain demi kepuasan dan tujuan diri sendiri. Berbeda dengan narsis sehat yang dimiliki oleh semua orang, narsis patologis bersifat tidak adaptif, kaku, keras, menyebabkan penderitaan yang signifikan, dan penurunan nilai. Narsis patologis memiliki bentuk ekstrim yaitu NPD (*Narcissistic Pathological Disorder*) (*Malignant Self Self Love-Narcissism Revisited, first edition 2015*).

2. Teori *New Media*

a. Hakikat *New Media*

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan

informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (Lievrouw, 2011).

New Media atau *media online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, *media online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. *Digital* adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. *Digital* juga selalu berhubungan dengan media

karena media adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan *digital (modern media/New Media)*.

Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru/*New Media/media online* adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara cepat dan juga lebih efisien memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru (*New Media) media online* sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan di sama ratakan dengan media konvensional (<http://media.kompasiana.com>).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*New Media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998).

Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi

merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009).

Menurut Septiawan Santana Kurnia dalam bukunya *Jurnalisme Kontemporer*, internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas storage dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium (Setyani, 2013).

Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan piranti keras seperti komputer, PDA, *Smart Phone* dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas *email*, *website*, *newsgroup*, *e-commerce* dan sebagainya (Lievrouw, 2006).

Peneliti komunikasi Carrie Heeter pada tahun 1983 memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bias digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang

tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.

5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.
6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi (Heeter, 1988).

b. Kelebihan dan Manfaat *New Media*

Jelas *New Media* (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan *ter-update* informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (*New Media/media online*). *Media online/media baru (New Media)*

masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat *media online* atau Media Baru (*New Media*).

Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru yang memiliki kemampuan untuk membantu manusia memilih dan mengatur informasi yang kita inginkan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara garis besar, internet jauh lebih besar dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media-media yang sudah ada terlebih dahulu.

Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/penyalur pesan (*source*) kepada komunikan/penerima pesan (*receiver*). Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam arti terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (*feedback*) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut. Selain itu, terdapat partisipasi antar individu dengan mempertimbangkan untung/rugi dalam setiap interaksi.

Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru. Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan

mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bias memfasilitasi transmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004). Duplikasi dan penyebaran Internet ini bisa mencapai jangkauan yang sangat luas. Seseorang bisa mengunduh kemudian menyebarkannya pada orang-orang dalam jaringan pertemanan atau jaringan kerjanya. Kemudian pihak yang mendapatkan sebaran itu bisa menyebarkannya lagi pada orang-orang dalam jaringannya, dan seterusnya.

c. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah *media online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Antony Mayfield dari *iCrossing*, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Menggunakan media sosial

menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.

Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarkan konten mereka sendiri. *Posting* atau mengunggah suatu konten di jejaring sosial dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

2. Sejarah Media Sosial

Kemunculan situs jejaring sosial diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs jejaring sosial pertama, yaitu *Sixdegrees.com* mulai muncul pada tahun 1997. Situs tersebut

memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000 muncul situs sosial *Lunarstorm*, *Live Journal*, *Cyword* yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul *Ryze.com* yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul *Friendster* sebagai situs anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul kemunculan *Friendster*, *Flickr R*, *Youtube*, *Myspace*. Hingga akhir tahun 2005, *Friendster* dan *Myspace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati. Lalu para pengguna jejaring sosial beralih ke *facebook* yang sebenarnya telah dibuat pada tahun 2004, tetapi baru saja *booming* pada tahun 2006. Tahun 2006, kemunculan *twitter* ternyata menambah jumlah pemakai media sosial, *Twitter* merupakan microblog yang memiliki batasan karakter tulisan bagi penggunanya, yaitu 140 karakter. Lalu setelah lahirnya *Twitter* muncul jejaring sosial lain seperti *Path* dan *Instagram* yang hanya bisa diakses melalui perangkat iOS atau Android.

3. Ciri-ciri Media Sosial

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

d. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak, Instamatic dan Polaroid.

Instagram dapat digunakan di Iphone, Ipad, atau ipod Touch versi apapun dengan sistem operasi IOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan system operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar

melalui *Apple App Store* dan *Google Play*. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar 1 miliar dollar.

2. Sejarah Nama Instagram

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "*insta*" berasal dari kata "*instan*", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

3. Fitur-Fitur Instagram

Terdapat beberapa fitur dari jejaring sosial Instagram, pada buku *Instagram Handbook* menyatakan indikator dari jejaring sosial Instagram yaitu:

a. *Followers* or *Following* (Pengikut atau Mengikuti)

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

b. *Upload Photo or Video* (Mengunggah Foto atau Vidio)

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto di iDevice tersebut.

c. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam *iDevice* tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *Tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut pun juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna.

Foto-foto yang akan diunggah melalui Instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam Instagram adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam Instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

d. Efek Foto atau Video

Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Namun tepat pada tanggal 20 September yang lalu Instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu; Valencia, Amaro, Rise, Hudson dan telah menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham dari dalam fitur tersebut.

Pada pengaplikasian efek sekalipun para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut. Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah *Tilt-shift*. *Tilt-shift* ini, sama fungsinya dengan efek kamera melalui instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi *Tilt-shift* memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan juga bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya, juga titik fokus yang diinginkan. *Tilt-shift* juga

mengatur rupa foto disekeliling titik fokus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat buram pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

e. Judul Foto atau Video

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaringan sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut.

Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut, para pengguna dapat menyinggung pengguna Instagram lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

f. Arroba

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain yang juga, dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Para pengguna dapat menyinggung pengguna lainnya dengan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut.

Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna yang lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

g. Label Foto atau Video

Sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan "kata kunci". Dengan demikian bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam

segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri.

Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat dimana mengambil foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas instagram. Foto yang telah diunggah, dapat dimasukkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini label adalah cara yang terbaik jika kita hendak mempromosikan foto di dalam instagram.

h. Bagikan ke Jejaring Sosial Lainnya

Membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *Tumblr*, *Flickr*, dan juga *posterous*, yang tersedia di halaman untuk membagi foto tersebut.

i. *Like* (Tanda Suka)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di dalam

Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna yang lain. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi apakah foto tersebut populer atau tidak.

Bila sebuah foto tersebut menjadi populer, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri.

j. Popular

Jika sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang dimana tempat tersebut menjadi sebuah kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut pun juga dapat bertambah lebih banyak juga. Foto-foto yang berada di halaman populer tersebut pun tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto populer baru lagi yang masuk ke dalam daftar halaman tersebut.

k. Direct Message

Pengertian Direct Message dalam jejaring sosial Instagram sering kali para pengguna Instagram menggunakan istilah DM, Direct Message adalah pesan langsung yang diterjemahkan ke bahasa Indonesia, untuk mengirim pesan langsung kepada sesama pengguna Instagram.

Instagram kembali menghadirkan fitur baru yaitu mengirim pesan ke user instagram yang lain. Selain teks, fitur ini juga bisa digunakan untuk mengirim gambar bahkan Video ke teman yang ingin kita kirimi pesan. Fitur direct message hampir serupa dengan direct message di twitter dan inbox di facebook. Fasilitas direct message dapat mengatur bisnis dan chatting lebih dekat pada pengguna instagram lainnya.

I. Hastag

Sebuah hashtag adalah kata atau frase tanpa spasi yang diawali dengan simbol hash ("#"). Ini adalah bentuk tag metadata. Kata-kata dalam pesan pada microblogging dan jejaring sosial seperti Twitter, Facebook, Google+ atau Instagram dapat ditandai dengan menempatkan "#" di depan.

Hashtag dapat berupa kalimat atau kata tanpa spasi, contohnya penulisan artikel dengan penambahan hashtag #narsis. Dengan hashtag #narsis maka informasi akan otomatis tergabung menjadi sebuah kelompok artikel dengan hashtag yang sama didalam satu halaman. Hastag difungsikan untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam instagram dan di sisi lain hashtag juga mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan. (Atmoko, 2012).

3. Kecenderungan Narsistik Pengguna Jejaring sosial Instagram

Revolusi teknologi informasi seperti jejaring sosial, membuat ekstensi komunikasi menjadi sangat besar dan luas. Setiap orang begitu mudah berkomunikasi dan mengekspresikan diri dengan siapa saja kapan saja di mana saja.

Kehadiran dunia virtual, membuka kesempatan kepada semua pihak yang terlibat untuk mengeksistensikan dirinya dengan lebih luas, apalagi bagi mereka yang aktif di jejaring sosial seperti instagram. Melalui *posting* foto atau video, komentar, menandai foto, *direct message* dan berbagai fasilitas dalam jejaring sosial Instagram membuat banyak orang berusaha menunjukkan keberadaannya dengan terus meng-*update* segala perkembangan yang ada.

Keinginan untuk menunjukkan keberadaan diri membuat eksistensi manusia pada dunia maya menjadi meningkat, sehingga kecenderungan untuk mengekspresikan diri telah menjadi sebuah hal yang lumrah dan jejaring sosial Instagram telah menjadi wadah, sehingga munculnya istilah “narsis” bagi sebagian orang yang gemar berfoto, namun narsis bukan hanya gemar berfoto, tetapi seseorang yang memiliki kecenderungan pribadi narsistik adalah yang memiliki perasaan kuat bahwa dirinya orang yang sangat penting dan merupakan individu yang unik. Seseorang dengan kecenderungan narsistik sangat sulit menerima kritik dari orang lain, sering ambisius, dan mencari ketenaran (Ardani, 2011).

Pada saat seseorang mengunggah sesuatu di jejaring sosial instagram terjadi sebuah interaksi dengan pihak lain, maka komunikasi interpersonal terjadi, dan disaat yang sama terjadi juga komunikasi massa, sebab apapun yang diunggah bisa langsung dinikmati dan dilihat khalayak banyak. Kenyataan bahwa apa yang bersifat pribadi bisa menjadi konsumsi publik dan bersifat umum. Suatu perkembangan yang jika di dunia nyata tak mungkin disampaikan, maka di dunia sosial media, perkembangan ini bisa menjadi konsumsi publik secara umum. Komunikasi dalam media sosial menjadi lebih kompleks. Dua level komunikasi melebur

menjadi satu. Komunikasi interpersonal melebur dengan komunikasi massa (West, Richard, 2008).

Kesadaran diri setiap pengguna penting untuk ditingkatkan, mengingat apa yang diunggah akan bisa mempengaruhi citra diri, dan apa yang diunggah bisa berpengaruh pada hubungan yang terjalin dengan pihak lain. Kebebasan berpendapat, keleluasaan berbagi yang ditawarkan jejaring sosial instagram hendaknya bisa disikapi secara bijak oleh penggunanya, dengan tetap memiliki kendali diri.

Kesadaran bahwa konten yang telah diunggah ke jejaring sosial instagram, pada dasarnya telah menjadi milik umum. Sehingga kewaspadaan sangat dibutuhkan bagi penggunanya termasuk bagi peserta didik yang berada pada tahap perkembangan remaja ketika bertukar atau menyebarkan informasi.

Fitur dalam Instagram memiliki banyak fasilitas untuk menjadi wadah eksistensi manusia. Dengan kata lain komunikasi di jejaring sosial memang menjadi lebih luas dan leluasa, namun keleluasaan tersebut haruslah tetap terkendali, agar manfaat yang ada bisa dinikmati dengan lebih maksimal dan tidak mengganggu pihak lain dalam menggunakan teknologi pada jejaring sosial seperti Instagram.

Tabel 2.1
Kecenderungan narsistik pengguna jejaring sosial Instagram

No	Narsistik	Instagram
1	Merasa paling hebat dan senang memamerkan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengunggah Foto atau Video • Kamera • Bagikan ke Jejaring Sosial lainnya
2	Dipenuhi dengan fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan atau cinta sejati.	<ul style="list-style-type: none"> • Pengikut atau Mengikuti • Kamera • Efek Foto atau Video • Judul Foto atau Video • Label Foto atau Video • Halaman Populer
3	Memiliki kebutuhan yang eksesif untuk dikagumi	<ul style="list-style-type: none"> • Pengikut atau Mengikuti • Judul Foto atau Video • Tanda Suka • <i>Direct Message</i>
4	Merasa layak untuk diperlakukan secara istimewa	<ul style="list-style-type: none"> • Mengunggah Foto atau Video • Tanda Suka • <i>Hastag</i>
5	Kurang empati	<ul style="list-style-type: none"> • Mengunggah Foto atau Video
6	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> • Pengikut atau Mengikuti • Mengunggah Foto atau Video • Arroba (@) • Tanda Suka
7	Seringkali memiliki rasa iri pada orang lain atau menganggap bahwa orang lain iri kepadanya	<ul style="list-style-type: none"> • Pengikut atau Mengikuti • Mengunggah Foto atau Video
8	Angkuh, memandang rendah orang lain	<ul style="list-style-type: none"> • Pengikut atau Mengikuti
9	Percaya bahwa dirinya adalah spesial dan unik	<ul style="list-style-type: none"> • Mengunggah Foto atau Video • Kamera • Judul Foto atau Video

4. Peserta Didik

a. Hakikat Peserta Didik

Peserta didik merupakan orang yang terdaftar dan belajar di suatu lembaga sekolah tertentu, atau peserta didik merupakan orang yang belum dewasa dan memiliki sejumlah potensi dasar yang masih perlu dikembangkan. Republik Indonesia menaungi hak dan kewajiban pada peserta didik dalam undang-undang Negara yang didalamnya berisi bahwa peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu (UU Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Bab 1 Pasal 1 No 4).

Peserta didik merupakan salah satu komponen inti dari pembelajaran, karena inti dari proses pembelajaran adalah kegiatan belajar peserta didik dalam mencapai suatu tujuan (Sumiati dan Asra, 2009). Dengan demikian hasil belajar dapat diidentifikasi dari adanya kemampuan melakukan sesuatu secara permanen dan dapat diulang-ulang dengan hasil yang relatif sama. Peserta didik perlu memiliki sikap disiplin belajar dengan

melakukan latihan dan memperkuat dirinya sendiri untuk selalu terbiasa patuh dan mempertinggi daya kendali diri.

Pada proses pendidikan, peserta didik merupakan salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral. Peserta didik menjadi pokok persoalan dan tumpuan perhatian dalam semua proses transformasi yang disebut pendidikan. Sebagai salah satu komponen penting dalam system pendidikan, peserta didik sering disebut sebagai bahan mentah (*Raw Material*).

Perspektif pedagogis peserta didik diartikan sebagai sejenis makhluk "*Homo Educandum*", makhluk yang menghajatkan pendidikan. Dalam pengertian ini peserta didik dipandang sebagai manusia yang memiliki potensi yang bersifat laten sehingga dibutuhkan binaan dan bimbingan untuk mengaktualisasikannya agar ia dapat menjadi manusia susila yang cakap.

Pada perspektif psikologis peserta didik adalah individu yang sedang berada dalam proses pertumbuhan dan perkembangan baik fisik maupun psikis.

b. Perkembangan Peserta didik

Peserta didik periode Sekolah Menengah Atas (SMA) masuk dalam tahap perkembangan remaja menuju dewasa awal atau dapat dikatakan sebagai masa transisi yang berada pada rentan umur 15 sampai 18 tahun. Umumnya pada masa transisi, mereka

tidak ingin dikatakan sebagai anak-anak lagi, namun jika dikatakan sebagai individu yang telah dewasa, secara kenyatannya mereka belum siap menyandang predikat sebagai orang dewasa.

Sebagai individu yang tengah tumbuh dan berkembang, peserta didik pada fase transisi memerlukan bimbingan dan pengarahan yang konsisten menuju kearah titik optimal kemampuan fitrahnya.

Pada perspektif modern peserta didik berstatus sebagai subjek didik oleh karenanya, peserta didik adalah subjek atau pribadi yang otonom yang ingin diakui keberadaannya. Selaku pribadi yang memiliki ciri khas dan otonomi ia ingin mengembangkan diri secara terus menerus guna memecahkan masalah-masalah hidup yang dijumpai sepanjang hidupnya (Desmita, 2012)

Perubahan-perubahan fisik, kognitif dan relasional, membuat remaja berusaha untuk menjadi pribadi yang utuh dan ingin memperoleh pengakuan dari banyak orang. Sebagaimana yang dikatakan oleh Erikson (Desmita, 2007). Pada penjelasan diatas dapat dilihat tabel sebagai berikut :

Tabel 2.2
Perkembangan peserta didik ditinjau dari segi fisik dan psikis

Aspek	Segi Fisik	Segi Psikis
Psikis Terjadinya Perubahan	Perubahan tinggi badan/berat badan/organ-organ tubuh lainnya.	Bertambahnya perbendaharaan kata-kata. Matangnya kemampuan berpikir, mengingat dan menggunakan imajinasi kreatifnya.
Perubahan dalam proporsi	Proporsi tubuh berubah sesuai dengan fase perkembangannya.	Perubahan imajinasi dari fantasi ke realitas, perhatiannya dari sendiri ke orang lain/teman kelompok sebaya.
Lenyapnya tanda lama	Lenyapnya kelenjar kanak-kanak yang terletak pada bagian dada kelenjar pineal pada bagian bawah otak, gigi susu, dan rambut-rambut halus.	Masa mengoceh/meraba gerak-gerik kanak-kanak/merangkak, perilaku <i>impulsive</i> (dorongan untuk bertindak sebelum berpikir).
Diperoleh tanda-tanda baru	Pergantian gigi, karakteristik seks pada usia remaja sekunder (perubahan anggota tubuh) dan primer (menstruasi/mimpi basah).	Rasa ingin tahu terutama yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan, seks, nilai moral, dan keyakinan beragama.

Dengan memperhatikan tabel di atas, menjadi jelas bahwa pengetahuan tentang perkembangan peserta didik dapat membantu pengembangan diri dan pencarian identitas untuk dapat memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya (Sutirna, 2013).

Pencarian identitas menjadi kondisi yang sulit bagi remaja karena menyebabkan remaja merasa cemas dan bimbang. Pada masa pembentukan identitas tingkah laku remaja tidak konsisten dan tidak dapat diperkirakan. Pada satu saat remaja dapat menjadi lebih tertutup karena takut penolakan atau dikecewakan. Pada saat lain remaja dapat mudah terbuka, dengan tidak mempertimbangkan akibat-akibat dari konsekuensinya.

Salah satu tugas perkembangan selama masa remaja adalah menyelesaikan krisis identitas, sehingga diharapkan terbentuk suatu identitas diri yang stabil pada akhir masa remaja (Erikson, 2007). Seseorang yang sedang mencari identitas akan berusaha “menjadi seseorang”, yang berarti berusaha mengalami diri sendiri sebagai “aku” yang bersifat sentral, mandiri, unik, yang mempunyai suatu kesadaran akan kesatuan batinnya, sekaligus juga berarti menjadi “seseorang” yang diterima dan diakui oleh orang banyak. Pada pencarian identitas, remaja membutuhkan dukungan

kematangan perkembangan penalaran moral yang baik (Desmita, 2007).

c. Ciri-ciri Peserta Didik pada Masa Remaja

Peserta didik masuk dalam kategori remaja akhir dan dewasa awal, peralihan masa seperti ini mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan masa sebelumnya dan sesudahnya. Hurlock mengemukakan bahwa ciri-ciri peserta didik pada masa remaja adalah sebagai berikut:

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Kendatipun semua periode dalam rentang kehidupan adalah penting, namun kadar kepentingannya berbeda-beda. Ada beberapa periode yang lebih penting daripada beberapa periode lainnya, karena akibatnya yang langsung terhadap sikap dan perilaku, dan ada lagi yang penting karena akibat jangka panjangnya. Pada periode remaja, baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting. Ada periode yang penting karena akibat fisik dan ada lagi karena akibat psikologis. Pada periode remaja kedua-duanya sama-sama penting.

Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental, yang cepat, terutama pada awal masa remaja. Semua perkembangan itu menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya membentuk sikap, nilai dan minat baru.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Peralihan tidak berarti terputusnya dengan atau berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya, melainkan lebih-lebih sebuah peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Artinya, apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekasnya pada apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang. Bila anak-anak beralih dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, anak-anak harus "meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kekanak-kanakkan" dan juga harus mempelajari pola perilaku dan sikap baru untuk menggantikan perilaku dan sikap yang sudah ditinggalkan.

Perlu disadari bahwa apa yang telah terjadi akan meninggalkan bekasnya dan akan mempengaruhi pola perilaku dan sikap yang baru. Seperti dijelaskan oleh Osterrieth, " Struktur psikis anak remaja berasal dari masa

kanak-kanak, dan banyak ciri yang umumnya dianggap sebagai khas masa remaja sudah ada pada akhir masa kanak-kanak” Perubahan fisik yang terjadi selama tahun masa awal masa remaja mempengaruhi tingkat perilaku individu dan mengakibatkan diadakannya penilaian kembali penyesuaian nilai-nilai yang bergeser.

Pada setiap periode peralihan, status individu tidaklah jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa ini, remaja bukan lain seorang anak dan juga bukan orang dewasa.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung pesat. Kalau perubahan fisik menurun maka perubahan sikap dan perilaku menurun juga.

Ada lima perubahan yang sama yang hampir bersifat universal. Pertama, meningkatnya emosi, kedua perubahan

tubuh, minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial untuk dipesankan, ketiga remaja akan terasa ditimbuni masalah, sampai ia sendiri menyelesaikannya menurut kepuasannya, keempat dengan berubahnya minat dan pola perilaku, maka nilai-nilai juga berubah, dan kelima sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan.

d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, namun masalah masa remaja sering menjadi masalah yang sulit untuk diatasi baik oleh anak-laki-laki maupun oleh anak perempuan. Terdapat dua alasan bagi kesulitan itu. Pertama masa kanak-kanak, masalah anak-anak sebagian diselesaikan oleh orang tua dan guru, sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah. Kedua, karena para remaja merasa mandiri sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri.

Terdapat ketidakmampuan mereka untuk mengatasi masalahnya menurut cara yang mereka yakini, banyak remaja akhirnya menemukan bahwa penyelesaian tidak selalu sesuai dengan harapan mereka.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Pada tahun-tahun awal masa remaja, penyesuaian diri dengan kelompok masih penting. Lambat laun mereka mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas lagi dengan menjadi sama dengan teman-teman dalam segala hal seperti sebelumnya. Tetapi status remaja yang mendua menimbulkan suatu dilema yang menyebabkan “krisis identitas” atau masalah identitas ego pada masa remaja.

Salah satu cara mencoba mengangkat diri sendiri sebagai individu dengan menggunakan simbol dalam bentuk barang-barang yang mudah terlihat. Dengan cara ini remaja menarik perhatian pada diri sendiri dan agar dipandang sebagai individu, sementara pada saat yang sama ia mempertahankan identitas dirinya terhadap kelompok sebaya.

f. Masa remaja sebagai usia menimbulkan ketakutan

Anggapan bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi, tidak dapat dipercaya, cenderung merusak dan berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja takut bertanggung jawab dan mengawasi kehidupan remaja takut

bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja.

Anggapan di atas juga mempengaruhi konsep diri dan sikap remaja terhadap dirinya sendiri dan adanya keyakinan bahwa orang dewasa mempunyai pandangan buruk tentang remaja. Hal ini membuat peralihan ke masa dewasa menjadi sulit sehingga terjadi banyak pertentangan dengan orang tua dan anak yang menghalangi anak untuk meminta bantuan orang tua dalam mengatasi berbagai masalahnya.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

Remaja cenderung memandang kehidupan melalui kaca mata berwarna merah jambu. Ia melihat dirinya dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita. Cita-cita yang tidak realistik ini tidak hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi keluarga dan teman-temannya. Hal ini menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja. Semakin tidak realistis cita-citanya, semakin ia menjadi marah. Remaja akan sakit hati dan

kecewa apabila orang lain mengecewakannya atau kalau ia tidak berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan sendiri.

Menjelang berakhirnya masa remaja, pada umumnya baik anak laki-laki maupun perempuan sering terganggu oleh idealisme yang berlebih bahwa mereka harus segera melepaskan kehidupan mereka bila telah mencapai status orang dewasa.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Berpakaian dan bertindak seperti orang dewasa ternyata belumlah cukup. Oleh karena itu remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan (Hurlock Elizabeth, 1991).

d. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang berjudul Dampak aplikasi Instagram terhadap perilaku konsumtif Remaja dalam berbelanja online di kalangan siswa-siswi SMA Negeri Tenggarong oleh Khairunnisa (2014) menunjukkan

bahwa penggunaan Instagram berdampak negatif bagi perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja online. Karena dengan kemudahan yang diberikan oleh Instagram maka dengan mudah remaja semakin gemar mengonsumsi barang yang tidak menjadi prioritasnya, dengan kata lain bahwa remaja lebih senang membeli barang berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan lagi.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Nanik Handayani (2014) pada judul Hubungan antara kontrol diri dengan narsisme pada remaja pengguna *Facebook*. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian adalah ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan narsisme pada remaja pengguna *facebook* dan peran kontrol diri cukup besar terhadap kecenderungan narsisme pada remaja pengguna *facebook*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Florencia Inne Puspitasari (2016) dengan judul Kebutuhan yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video pribadi dalam Instagram. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat kebutuhan remaja mem-*posting* foto atau video dalam Instagram. Kebutuhan eksplanasi diri, Kebutuhan untuk mendukung orang lain, Kebutuhan tampil baik dan Kebutuhan untuk menjalin relasi.

e. Kerangka Berpikir

Kemajuan teknologi membuat kemajuan dalam bidang komunikasi. Kemajuan dalam teknologi komunikasi dapat membuat manusia berinteraksi satu sama lain tanpa batas tempat dan waktu. Salah satu kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi adalah adanya internet. Sebagian besar manusia menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Sebanyak 64% dari pengguna jejaring sosial tersebut adalah remaja (Widiantari dan Herdiyanto, 2013).

Para pengguna jejaring sosial melihat bahwa fungsi jejaring sosial saat ini tidak hanya sekedar berbagi informasi atau berita saja, namun saat ini dijadikan sebagai media untuk berbagi foto atau video oleh para penggunanya.

Pada tahun 2014, jejaring sosial Instagram menjadi media sosial yang terpopuler di berbagai kalangan dan *rating*-nya terus naik (Ceritamedan.com, 2014). Ada beberapa alasan mengapa Instagram digemari oleh masyarakat, antara lain tampilan visualnya yang memudahkan pengguna untuk membagikan foto, efek dan filter foto yang memudahkan pengguna mengedit foto mereka, sebuah media promosi dengan dasar visual. Sebesar 5,9% pengguna Instagram

adalah remaja. Saat mengakses Instagram, remaja dapat mem-*posting* atau meng-unggah foto atau video pribadi mereka.

Fenomena Instagram yang berkembang di masyarakat, terlebih remaja saat ini merupakan bagian dari perkembangan media baru yang ada. Perkembangan media baru ini tidak dapat dihindari, karena termasuk dalam perkembangan kehidupan manusia. Fenomena yang terjadi pada remaja khususnya peserta didik dengan jumlah pengguna *Instagram* sebanyak 89% pada kategori remaja berusia 15-22 tahun.

Perilaku narsistik pada peserta didik adalah bentuk dari adanya kebutuhan tentang eksistensi di jejaring sosial Instagram, banyaknya pengguna instagram saat ini karena manusia memiliki wadah untuk berperan pada eksistensi manusia, hal ini pula mendorong sebagian besar pengguna Instagram untuk terlihat ideal dan menonjolkan diri sendiri pada unggahan foto atau video di akun Instagramnya, namun yang harus diperhatikan adalah menonjolkan diri sendiri, menghibur diri dengan diri sendiri dan asyik dengan genggamannya adalah sifat individualistik dan cenderung berperilaku narsistik. Kepekaan sosial terhadap lingkungan semakin berkurang karena narsistik tersebut. Lingkungan sekitar terabaikan dan fenomena sosial diabaikan begitu saja.

Pada dasarnya, kecenderungan seseorang untuk menggugah suatu foto atau video dengan tujuan untuk mencari perhatian orang lain (*need for admiration*), merupakan salah satu ciri seseorang dengan kecenderungan narsistik. Biasanya orang dengan kecenderungan narsistik ini juga akan diikuti dengan ciri-ciri lain, seperti *arrogance*, *self-centeredness*, *greed*, dan *lack of empathy* (arogansi , mementingkan diri sendiri , keserakahan dan kurangnya empati).

Fenomena yang banyak terjadi pada khalayak di jejaring sosial menjadi persoalan yang penting karena saat ini, berfoto telah menjelma menjadi gaya hidup remaja, hampir dengan mudah kita menemukan handphone berfitur kamera dengan harga terjangkau. Gaya hidup remaja yang demikian ini adalah kebiasaan yang menurut saya, menapaki pada level tertinggi, *addicted* (ketergantungan).

Perilaku narsistik dapat juga berakibat pada keselamatan dan keamanan apabila foto-foto atau video yang di unggah “mendeskripsikan” sesuatu yang dapat mengundang ketertarikan lawan jenis. Melihat kembali fenomena yang banyak terjadi beberapa tahun ini terutama pada gadis remaja pengguna jejaring sosial yang menjadi korban, mulai dari kasus penculikan, pemerkosaan sampai pembunuhan.

Fenomena yang terjadi akibat jejaring sosial tidak hanya menarik tetapi sangat penting untuk diteliti. Terlebih pada peserta didik di sekolah yang pada umumnya remaja mulai memperhatikan penampilan dan ingin terlihat menarik oleh orang lain. Menggugah suatu foto secara aktif di jejaring sosial, khususnya *Instagram*, sudah menjadi suatu gaya hidup dan seakan-akan telah menjadi semacam norma baru serta begitu kental peranannya dalam dunia modern (Husnantiya, 2014). Berdasarkan penjelasan di atas, maka perlu diteliti bagaimana kecenderungan narsistik pengguna jejaring sosial Instagram pada peserta didik kelas XI di SMA Negeri se-Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara.