

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir industri digital berkembang begitu pesat hal tersebut diikuti dengan muncul berbagai platform media sosial yang tersedia bagi masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221 juta orang yang berarti pengguna internet di Indonesia telah mencapai 79,5% dari total penduduk yang ada. Pengguna tersebut terdiri dari berbagai kalangan mulai dari Gen Z sebanyak 34,40%, generasi milenial sebanyak 30,62%, Gen X sebanyak 18,98%, Post Gen Z sebanyak 9,17%, Baby Boomers sebanyak 6,58%, dan Pre Boomer sebanyak 0,24%. Di Indonesia media sosial yang paling populer adalah *facebook*, *instagram*, dan *twitter* yang digunakan semua lapisan masyarakat untuk berkomunikasi.

Media sosial adalah media komunikasi paling efektif, transparan, dan efisien yang menjadikannya sebagai agen perubahan dan pembaharuan (Rahadiyan, 2018). Media sosial memiliki manfaat lain selain memfasilitasi interaksi antara individu media sosial juga sering digunakan oleh individu untuk bertukar berbagai informasi dan berbagi kebahagiaan (Sa'diyah dkk., 2022). Melalui penggunaan media sosial, individu dapat saling berhubungan satu sama lain dengan cara mengirim pesan, membagikan foto dan video, podcasts, streaming, wiki, blog dan diskusi kelompok (Lam, 2012). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Caers dkk (2013), yang berjudul "*Facebook: A Literature Review*" menyatakan bahwa terdapat 1 miliar orang yang menggunakan media sosial setiap hari dengan aktivitas yang dilakukan adalah memposting foto termasuk selfie.

Akses internet yang semakin mudah membuat penggunaan media sosial menjadi sangat masif di masyarakat, penggunaan media sosial sebagai alat untuk berbagi informasi dianggap sebagai salah satu cara yang paling efisien di masyarakat saat ini. Jika dahulu masyarakat perlu membutuhkan waktu berminggu

- minggu untuk mengetahui suatu berita yang diterbitkan sebuah majalah, kini masyarakat dapat mengetahui informasi di belahan muka bumi manapun hanya dalam waktu hitungan detik tanpa perlu memerlukan biaya yang besar dan waktu yang lama untuk mendapatkan sebuah informasi tersebut. Indonesia menempati urutan ke-4 di dunia dalam penggunaan media sosial, dengan durasi penggunaan rata-rata selama 8 jam dan 51 menit setiap hari (Silmi dkk., 2020).

Menurut Sissoko & Prasetyawati (2022), Media sosial instagram merupakan media sosial paling sering digunakan generasi z untuk narsis dibandingkan dengan media sosial lainnya, karena fitur yang diberikan berupa like dan komentar dapat memberikan rasa validasi external kepada pengguna instagram. Menurut Kristanto (2012), Istilah "*narsis*" pertama kali dikenalkan oleh Sigmund Freud dalam ranah psikologi yang merujuk pada kecenderungan seseorang yang menunjukkan kecintaan yang berlebih terhadap dirinya sendiri, istilah ini berasal dari kata "*narcissistic*", yang merujuk pada suatu perilaku atau kecenderungan di mana seseorang cenderung mengutamakan dirinya sendiri dalam segala aspek kehidupan. Freud menyatakan bahwa narsisme adalah suatu bentuk cinta diri yang berlebihan, dimana individu berusaha memenuhi kebutuhan emosionalnya dengan cara yang terfokus pada diri sendiri, mengabaikan atau meremehkan kebutuhan orang lain (W. Keith Campbell, 2011) . Dalam konteks media sosial, fenomena narsistik pada generasi z dapat dipahami sebagai upaya untuk memperoleh pengakuan dan perhatian dari orang lain melalui citra diri yang sempurna. Menurut Chaplin (2006), narsisme adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki rasa cinta yang berlebihan terhadap dirinya sendiri.

Menurut Maslow (dalam alwisol,2011) kebutuhan manusia dapat dipenuhi dalam urutan hierarkis, dimulai dari kebutuhan dasar fisiologis, keamanan, hingga kebutuhan yang lebih kompleks seperti rasa sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Dalam konteks penggunaan media sosial oleh generasi z, instagram berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan psikologis tertentu dalam hierarki tersebut, terutama kebutuhan sosial dan penghargaan. Pada tingkat kebutuhan sosial dalam hierarki maslow, individu berusaha untuk merasa diterima dan dihargai oleh orang lain. Generasi z sering kali menggunakan instagram untuk memenuhi

kebutuhan ini dengan cara berbagi momen kehidupan dan berharap mendapatkan respons positif dari orang lain, seperti "like" dan komentar. Seiring meningkatnya jumlah respons positif yang diterima, individu merasa lebih dihargai dan diterima dalam komunitas digital mereka, yang memperkuat rasa identitas sosial mereka. Kebutuhan akan validasi ini dapat berperan besar dalam pembentukan narsisme, di mana perhatian dan pengakuan dari orang lain menjadi kebutuhan utama. Lebih lanjut, pada tingkat yang lebih tinggi dalam hierarki Maslow, terdapat kebutuhan akan aktualisasi diri, yaitu pencapaian potensi penuh seseorang. Pada generasi Z, kebutuhan ini tidak hanya dicapai melalui pencapaian pribadi di dunia nyata, tetapi juga melalui representasi diri mereka di media sosial.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sedikides (2004) menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk menunjukkan narsisme. Beberapa faktor utama yang ditemukan dalam penelitian tersebut antara lain adalah harga diri (*self-esteem*), depresi (*depression*), kesepian (*loneliness*), dan perasaan subjektif (*subjective well-being*). Narsisme ini akan memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, khususnya bagi generasi Z. Dampak-dampak yang ditimbulkan oleh narsisme antara lain adalah munculnya masalah dalam hubungan sosial yang disebabkan karena cenderung kurang peduli terhadap orang lain, yang pada gilirannya dapat menyebabkan kesulitan dalam menjalin hubungan yang sehat dengan sesama. Dalam kehidupan sosial saat ini, Generasi Z, sebagai generasi yang tumbuh besar di tengah penetrasi teknologi digital dan media sosial yang masif, menunjukkan karakteristik unik yang menarik perhatian para peneliti. Namun, kemudahan akses terhadap platform yang berpusat pada citra diri ini juga menimbulkan kekhawatiran mengenai potensi peningkatan narsisme. Berdasarkan berbagai penelitian, seperti yang dilakukan oleh Surijadi (2020) yang mengamati hubungan narsisme dan penggunaan Instagram pada remaja akhir, penelitian oleh Nur Aniqoh & Ifa Khoiria Anisa (2022) juga menginvestigasi kaitan antara narsisme dan kecenderungan *cyberbullying*, sementara Safira & Syifa Rahma Khairi (2023) menyoroti hubungan narsisme dengan kecanduan media sosial pada Generasi Z. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada pembentukan identitas diri, tetapi juga berpotensi memengaruhi interaksi sosial, kesehatan mental, hingga perilaku konsumtif,

menjadikannya isu krusial yang memerlukan analisis lebih mendalam dalam konteks perkembangan sosial modern.

Dalam batas tertentu, kecintaan pada diri sendiri dapat dianggap normal, tetapi bila berlebihan dan bersifat mengganggu orang lain ataupun diri sendiri maka dianggap penyimpangan atau gangguan kepribadian (Philip, 2006). Narsisme ditandai dengan kecenderungan untuk memandangi dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian, selain itu tertanam dalam dirinya perasaan paling mampu, paling unik (berbeda) dan merasa khusus dibandingkan dengan orang lain.

Salah satu media sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Menurut data yang diperoleh dari NapoleonCat per Januari 2025 pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 90.183.200 pengguna dimana 32,7 % diantaranya berada di rentang usia 18-24 tahun atau sekitar 29,490,886 pengguna. Sebagai platform berbasis visual, Instagram menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan penggunanya untuk mengelola citra diri mereka secara online, seperti *Instagram story*, *reels*, *IGTV*, filter digital, dan fitur edit foto/video.

Berdasarkan data tersebut generasi Z adalah generasi yang paling banyak menggunakan media sosial Instagram. Generasi Z adalah generasi dengan kelahiran pada tahun 1997 - 2012 yang lahir setelah generasi milenium atau sebelum generasi Y (Sekar Arum dkk., 2023). Generasi ini adalah generasi yang tumbuh beriringan dengan kemajuan teknologi yang begitu cepat. Generasi Z dikenal dengan generasi yang *digital natives*, yaitu generasi yang sejak kecil sudah akrab dengan perangkat digital dan internet (Sissoko & Prasetyawati, 2022). Gen Z adalah generasi yang paling mudah beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang membuatnya menjadi generasi paling banyak menggunakan media sosial tidak terkecuali dengan media sosial Instagram. Kemudahan dalam berinteraksi antar pengguna memungkinkan generasi ini untuk membagikan setiap kegiatan yang ia lakukan setiap harinya kepada rekan media sosialnya, rata-rata penggunaan media sosial pada generasi ini pun berada diantara dari 7-10 jam / hari (Badri, 2022)

Kemajuan teknologi yang begitu pesat dapat memungkinkan generasi z mendapatkan informasi yang sangat luas dari berbagai sumber sehingga wawasan yang didapat dapat jadi membuat generasi ini menjadi generasi yang tumbuh lebih baik dari generasi sebelumnya. Keberadaan media sosial instagram mempengaruhi generasi z untuk memiliki kesadaran pola hidup yang lebih sehat, dengan keberadaan *influencer* yang mempengaruhi pola makan seimbang dan aktivitas fisik yang cukup (Juanta dkk., 2025). Media sosial menjadi alat bagi generasi z untuk meningkatkan inovasi dan berpikir kreatif, karena di media sosial terdapat banyak video edukasi yang bahasanya dapat dimengerti oleh generasi z (Allo dkk., 2025). Media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai sarana pendidikan yang mempermudah pengajar dalam membuat bahan ajar yang lebih interaktif dan menarik bagi generasi z (Zebua & Angelina, 2023)

Menurut wandira dkk. (2024), mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial yang *intens* dapat memperburuk tekanan sosial di kalangan generasi z yang mengarah pada kecemasan, depresi, dan gangguan kesehatan mental lainnya. selain itu, fenomena seperti *cyberbullying* juga menjadi masalah yang semakin umum di kalangan pengguna media sosial muda. Semakin banyak waktu yang dihabiskan di platform media sosial, semakin tinggi risiko terpapar konten yang tidak sesuai atau bahkan merusak, yang dapat mempengaruhi sikap dan nilai moral mereka (Anggiraksa dkk., 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian nurohmat dkk (2023), mengungkapkan bahwa interaksi yang *intens* dengan media sosial dapat mengganggu konsentrasi, menyebabkan penurunan kinerja, dan menghambat kemampuan untuk menyelesaikan tugas-tugas penting. Selain itu, pengaruh kecanduan media sosial yang menyebabkan ketergantungan dapat berakibat pada berkurangnya waktu untuk kegiatan produktif lainnya, seperti belajar atau bekerja.

Dengan melihat fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kesenjangan literatur dan memberikan wawasan baru terkait hubungan antara penggunaan media sosial khususnya instagram dengan kecenderungan Narsisme pada generasi z. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kesenjangan literatur dan dapat memberikan wawasan baru terkait korelasi penggunaan media sosial dengan narsisme pada generasi z

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap narsisme pada generasi z ?

1.2.2 Bagaimana gambaran intensitas penggunaan instagram pada generasi z ?

1.2.3 Bagaimana gambaran narsisme pada generasi z?

1.2.4 Apakah intensitas penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap narsisme pada generasi z ?

1.3 Pembatasan Masalah

Penulis menetapkan batasan masalah dalam penelitian ini agar penelitian dapat dilaksanakan dengan tepat. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan, penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini pada Pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap narsisme pada generasi z

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian, rumusan masalah yang relevan adalah “Apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap narsisme pada generasi z?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan data empiris dan gambaran terkait pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap kecenderungan Narsisme pada generasi z

1.6 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dapat diperoleh melalui penelitian ini mencakup manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan baru khususnya terkait penggunaan media sosial instagram, narsisme pada generasi z
2. Memberikan sumbangan yang bermanfaat terhadap pengembangan ilmu psikologi khususnya bidang sosial
3. Menjadi referensi maupun data tambahan bagi penelitian terkait di masa mendatang.

1.6.2 Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis, penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis untuk menjadikan remaja serta masyarakat umum agar:

1. Mengetahui penyebab utama narsisme akibat penggunaan media sosial instagram
2. Mengetahui bahaya dalam menggunakan media sosial instagram secara berlebih
3. Dapat menggunakan media sosial instagram dengan cara yang lebih bijak lagi