

PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM PERILAKU NARSIS PADA PELAJAR SMA DI KOTA PEKANBARU

Gunawan Saleh, Muzammil

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Abdurrab
gunawan.saleh@univrab.ac.id dan muzammil@univrab.ac.id

Abstrak : Media sosial *Instagram* mengakibatkan tingginya angka ketergantungan dikalangan pelajar sehingga berperilaku narsis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *Instagram* dalam perilaku narsis pada pelajar SMA di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan terhadap beberapa sekolah SMA yang ada di Kota Pekanbaru diantaranya SMAN 1 Pekanbaru, SMKN 1 Pekanbaru, SMA Al-Azhar Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data dikumpulkan melalui angket dan dokumentasi. Penelitian ini menguji ada atau tidaknya pengaruh indikator variabel X (Pengaruh Media Sosial *Instagram*) yaitu *Homepage, Comments, Like, Hastag, Caption, Follow, Stories, Photo dan Video* terhadap variabel Y (perilaku narsis) dengan variabel indikator populer, percaya diri tinggi, berimajinasi, dikagumi, layak istimewa, kurang empati, iri dan gaya hidup. Sehingga hasil yang disimpulkan terdapat pengaruh antara media sosial *Instagram* dalam perilaku narsis pada pelajar SMA di Kota Pekanbaru dan terdapat fakto-faktor pelajar dalam berperilaku narsis diantaranya sering menampilkan foto selfie, berkomentar status dan berbagi informasi.

Pendahuluan

Era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan diberbagai aspek, baik ekonomi, politik dan sosial. Diantara teknologi yang semakin pesat berkembang ialah teknologi informasi baik berkomunikasi maupun

bertransaksi sesama manusia. Teknologi informasi digunakan manusia untuk mempermudah berbagai pekerjaan dan produktivitas. Salah satu fenomena menarik dalam perkembangan teknologi adalah adanya internet yang dapat memberi kemudahan baik setiap individu untuk berhubungan dalam jangka waktu yang cepat dan mudah

tanpa dibatasi oleh jarak ruang dan waktu. Selain itu, internet digunakan untuk berkomunikasi yang dapat menghubungkan individu satu dengan individu yang lain.

Internet secara umum juga dapat diartikan sarana individu yang terhubung dengan koneksi guna untuk mencari informasi dan berkomunikasi dengan teman atau kerabat dekat. Komunikasi atau interaksi yang dilakukan melalui koneksi internet justru berbeda saat melakukan interaksi secara nyata. Individu tidak bertatap muka secara langsung dengan lawan bicaranya dan hanya terkoneksi melalui jejaring internet. Mengakses internet sudah menjadi sebuah kegiatan kebanyakan masyarakat. Tidak hanya menggunakan komputer atau laptop saja sekarang dapat juga mengaksesnya melalui *Smartphone* dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telepon selular. Saat ini masyarakat tidak hanya menggunakan internet untuk berinteraksi dengan orang lain, namun juga menggunakannya sebagai sebuah sarana sosialisasi, membentuk hubungan yang lebih tahan lama, bahkan dapat berkembang secara nyata

di dalam kehidupan sosial. Berdasarkan survey APJII pada tahun 2016 pengguna peringkat ketiga ialah usia pelajar/remaja 24,4 juta jiwa (apjii.or.id, 2016 diakses pada senin 05 Juni 2018 pukul 09.00 WIB).

Smartphone atau telepon pintar kini hadir dari latar belakang yang beragam yakni sebagai alat mendistribusikan dan sarana untuk media sosial dan akses informasi yang dimanfaatkan para pegawai kantor, ibu-ibu rumah tangga, mahasiswa dan tidak terkecuali pelajar. Memang benar para pelajar merupakan kelompok yang paling banyak memanfaatkan *Smartphone* dalam kegiatan sehari-sehari, telepon pintar merupakan barang yang wajib dimiliki pelajar saat ini, belum bisa dikatakan gaul jika seorang pelajar belum menggunakan *Smartphone*, berdasarkan observasi awal yang dilakukan hampir semua pelajar yang ada di sekolah-sekolah menggunakan telepon pintar namun dalam pemanfaatannya sebagai media komunikasi, mahasiswa menjadi ketergantungan dengan hanya menggunakan *Smartphone* sebagai satu-satunya media untuk berkomunikasi.

Kalangan yang terlibat dalam menggunakan *Smartphone* ini berbagai usia dan profesi. Dari pengamatan penulis dilapangan, penggunaan *Smartphone* ini lebih didominasi oleh anak muda atau usia pelajar. Hal ini selain digunakan untuk berkomunikasi dan membantu tugas sekolah, pelajar juga sering menggunakannya untuk mengabadikan memotret momen dan peristiwa yang terjadi disekitarnya, lalu *upload* di media sosial untuk diketahui oleh orang lain aktivitasnya. Media sosial secara garis besar dapat dimaknai media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Seiring dengan semakin mudahnya mengakses koneksi internet maka semakin banyak pula bermunculan situs media sosial. Fungsi dari media sosial di antaranya untuk berbagi pesan, berita, gambar dan video.

Disamping itu juga, media sosial dapat diartikan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang

sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens. Nasrullah mengungkapkan bahwa situs jejaring sosial atau media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktifitas atau bahkan pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang *cyber* (Nasrullah, 2015, p.36).

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial. Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya mem-*posting* tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Semakin aktif seorang pelajar di media sosial maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun kalangan pelajar yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan zaman, dan kurang bergaul.

Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan pelajar antara lain; *Facebook, Twitter, Path, Youtube, Kaskus, LINE, WhatsApp, Instagram, Myspace*, dan *BlackBerry Messenger*. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki. Beragam aplikasi media sosial yang digemari belakangan ini, setiap aplikasi memiliki fasilitas dan kriteria yang berbeda-beda sehingga penulis memfokuskan kepada *Instagram* karena sebagian besar pelajar aktif mengakses aplikasi ini.

Tinjauan Pustaka

1. Teori Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi antara keduanya. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih bisa dilakukan menggunakan gerak gerik badan, menunjukkan sikap

tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala atau mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal. (Agus Hermawan, 2012, p.4).

Teori komunikasi Harold Lasswell merupakan teori komunikasi awal (1948). Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa).

a) *Who* (siapa/sumber) Media Pesan Pengiriman Penerimaan Komunikator Komunikan Gangguan Umpan Balik Respons *Who* dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku utama atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok,

organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

b) *Says what* (pesan) *Says* menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima(komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat symbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada tiga komponen pesan yaitu makna, simbol dan bentuk organisasi pesan.

c) *In which channel* (saluran/media) Saluran/media adalah suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung

(melalui media cetak/elektronik).

d) *To whom* (siapa/penerima) Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (destination), pendengar (listener), khalayak (audience), komunikan, penafsir, penyandi balik (decoder).

e) *With what effect* (dampak/efek) Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan. Paradigma komunikasi Lasswell mengisyaratkan: Komunikasi harus memiliki efek, yakni terjadinya perubahan perilaku *audience* adalah :

1. Terjadinya perubahan pada tingkat pengetahuan (kognitif).
2. Efek yang mengubah nilai saat ini ada dan telah terpelihara didalam masyarakat.

3. Terjadinya perubahan pada tingkat emosi/perasaan (afektif).
4. Efek yang proses berhubungan dengan perasaan seseorang seperti ketakutan, kegelisahan dan moral.
5. Terjadinya perubahan pada tingkat tingkah laku (psikomotor).

2. Media Sosial

Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan melalui saluran media yang bertujuan untuk berinteraksi dan menjalin hubungan khalayak ramai. Berdasarkan salah satu sifat komunikasi massa dan komunikasi media (Mulyana, 2014, p.46). Komunikasi massa akan lebih mudah dan lebih logis didefinisikan menurut bentuknya, televisi, radio, siaran, surat kabar, majalah, dan film (Effendy, 2003, p.26). Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan, komunikasi massa yang dahulu hanya menggunakan media cetak ataupun media elektronik, menjadi lebih luas dalam memberikan informasi dan kini berkembang menjadi media baru atau *new media*. *New media* adalah media yang terbentuk dari

interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah *web, blog, online social network, social media, online forum* dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya (Ardianto, 2014, p.69).

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni media dan sosial. Media diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan sosial atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Abrar, 2003, p.43).

Media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial menyediakan wadah dan sarana bagi seseorang untuk bertukar pikiran, pengetahuan, wawasan, pengalaman dan cara bagi individu untuk melihat dan mengevaluasi bahwa pengetahuan

didasarkan pada penilaian seseorang .Seiring dengan semakin mudahnya mengakses koneksi internet maka semakin banyak pula bermunculan situs media sosial.Fungsi dari media sosial di antaranya untuk berbagi pesan, berita (informasi), gambar (foto) dan video. Media sosial tidak hanya dapat di akses di perangkat komputer, adanya aplikasi di *Smartphone* atau telepon pintar semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial secara *mobile* sehingga dapat diakses kapanpun dan di manapun (<http://unpas.ac.id/>, diakses pada Senin, 5 Januari 2018 pada pukul 10.00 WIB).

3. *Instagram*

Pada awalnya Burbn,Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam *HTML5mobile* (*hiper text markup language 5*), namun kedua CEO (*chief executive officer*), Kevin Systrom dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna.Versi *Burbn* yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat

digunakan di dalam *iPhone*, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur.

Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Namun saat ini instagram tidak hanya dapat mengunggah foto saja namun juga video serta *Instagram Stories*.Instagram tidak hanya muncul di *iPhone*, pengguna *Smartphone* berbasis *android* juga bisa menggunakan aplikasi 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'. Sedangkan untuk kata '*gram*' berasal dari kata '*telegram*', di mana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Jadi, instagram berasal dari *instan-telegram*. Sama halnya dengan jejaring sosial lain,

instagram dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain.

Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto, Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial online yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan social media seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya. 2 Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan

foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

a) *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b) *Comments*

Merupakan layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, fotofoto yang ada di

Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

a) *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

b) *Profile*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

e) *News Feed*

New feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu *Following*

dan *News*. Tab *Following* menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

4. Perilaku *Narsis*

Internet dalam hal ini media sosial merupakan sesuatu hal yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat modern di Indonesia. Masyarakat khususnya bagi kalangan pelajar masih mengingat bahwa sebelumnya internet hanya digunakan untuk berkirim surat elektronik melalui email, untuk mencari informasi melalui browsing dan googling, namun saat ini seiring dengan perkembangannya, hadirnya internet yang memiliki berbagai aplikasi media sosial yang bertukar informasi, *update status*, *upload foto* yang biasa disebut narsis.

Narsisme adalah kecintaan yang berlebihan akan diri sendiri (seperti kecintaan *Narcissus* yang berlebihan atas bayangan wajahnya). Kecintaan yang berlebihan pada diri sendiri merupakan hal yang kurang wajar.

Dalam dunia psikoanalisa, narsisme di masa dewasa mengindikasikan adanya fiksasi atau perkembangan yang infantil. Bisa dikatakan bahwa narsisme merupakan indikasi keperibadian orang dewasa yang tidak matang. Oleh karena itu narsisme merupakan salah satu gangguan kepribadian (personality disorder) yang merujuk pada kurang mampunya beradaptasi dengan orang lain.

Narsis adalah sikap yang terlalu mencintai dirinya, biasanya orang – orang yang narsis cenderung mengunggulkan dirinya, merasa dirinya teramat baik, kagum pada dirinya sendiri membutuhkan sanjungan dari lingkungan sekitarnya, dan tidak peka dengan kebutuhan atau perasaan orang lain. Sedangkan kecenderungan narsis berdasarkan pedoman *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – Fourth Edition* (DSM – IV) yang memiliki 8 ciri yaitu:

1. Merasa diri yang paling populer tapi seringkali tidak sesuai dengan potensi atau kompetensi yang di miliki.
2. Percaya bahwa dirinya spesial dan unik.
3. Di penuh fantasi tentang kesuksesan, kecantikan, kekuasaan dan cinta sejati.
4. Memiliki kebutuhan yang eksekif untuk di kagumi.
5. Merasa layak diperlakukan istimewa.
6. Kurang empati.
7. Mengeksploitasi hubungan interpersonal.
8. Sering kali merasa iri terhadap orang lain atau menganggap orang lain iri terhadap dirinya dan angkuh.

Metode

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif diimana yang dijadikan sampel adalah 100 pelajar SMA di kota Pekanbaru. Proses pengumpulan data dan keterangan yang diperlukan menggunakan kuisisioner yang berhubungan dengan pengaruh media sosial Instagram dalam perilaku narsis pada pelajar. Data yang telah diperoleh selanjutnya dilakukan proses analisis data statistik. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Penulis akan melihat hubungan secara linear antara satu variabel independen (X)

dengan variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2011:169).

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pertanyaan sampai sejauh mana data yang dirampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur dan digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel. Menilai kembalikan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari *corrected item-total correlation* masing-masing pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan tingkat signifikan korelasi dibawah $\alpha = 0.05$. Maka item pertanyaan tersebut valid (Sunarto, 2007:353).

Validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Bungin, 2010:98). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang

berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha*. Penentuan realibel atau tidaknya suatu instrumen penelitian dapat dilihat dari nilai alpha dan r_{tabel} nya. Apabila nilai *cronbach alpha* lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar. Atau realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 (Sunarto, 2007, p.353).

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis data yang dilakukan pada peneletian ini adalah menggunakan analisa kuantitatif yaitu dengan suatu model untuk mengukur pengaruh media sosial *Instagram* dalam perilaku narsis pada pelajar SMA

b. Uji -t

Setiap penelitian perlu pengujian apakah hipotesis yang diajukan diterima secara signifikan atau ditolak, maka dapat diuji menggunakan statistik uji t_{hitung} dan t_{table} . Uji t ini dimaksudkan

untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y (Sugiyono, 2011, p.150). Uji t ini merupakan pengujian secara parsial hipotesis tentang parameter koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen dengan level signifi

c. Koefisien Korelasi

Mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel variabel bebas dengan variabel terikat diperlukan koefisien korelasi. Untuk memberikan intreprastasi nilai koefisien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber : (Sunarto, 2014, p.80)

Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah siswa SMAN 1 Pekanbaru, SMA

Al-Azhar Pekanbaru dan SMKN 2 Pekanbaru. Pernyataan dalam setiap variabel terdiri dari Variabel X (Media Sosial Instagram) berjumlah 9 pernyataan dan Variabel Y (Perilaku Narsis) berjumlah 9 pernyataan.

1. Uji Validitas

Suatu pertanyaan dikatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan tingkat signifikan korelasi pertanyaan tersebut valid (Sunarto, 2007:353).

Hasil penelitian terhadap indikator tiap variabel dalam penelitian ini tidak semuanya valid. Indikator yang tidak valid diakibatkan oleh kurang signifikannya terhadap topik penelitian ini. Dengan demikian valid atau tidaknya dilihat dari faktor tanggapan responden dari penelitian yang penulis laksanakan. Berikut merupakan hasil dari pengujian validitas untuk item-item variabel pengaruh media sosial *Instagram* dalam perilaku narsi pada pelajar SMA.

Berikut ini penulis sajikan hasil uji validitas dari butir-butir jawaban responden terhadap angket penelitian :

Tabel 2
Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel 0,05 ; n=98	Status
X	X 1	0.613	0,197	Valid
	X 2	0.245	0,197	Valid
	X 3	0.554	0,197	Valid
	X 4	0.446	0,197	Valid
	X 5	0.729	0,197	Valid
	X 6	0.517	0,197	Valid
	X 7	0.659	0,197	Valid
	X 8	0.533	0,197	Valid
	X 9	0.514	0,197	Valid
Y	X 10	0.608	0,197	Valid
	X 11	0.620	0,197	Valid
	X 12	0.695	0,197	Valid
	X 13	0.503	0,197	Valid
	X 14	0.400	0,197	Valid
	X 15	0.205	0,197	Valid
	X 16	0.538	0,197	Valid
	X 17	0.325	0,197	Valid
	X 18	0.320	0,197	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item-item pernyataan dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item-item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Diketahui nilai r_{tabel} ($r_{tabel} = n-2$ (100-2)=98) dengan taraf signifikan 5% ($\alpha=0.05$) adalah sebesar 0,197 (lihat table r) dan nilai ini dibandingkan dengan nilai r_{hitung} . Nilai r_{hitung} dalam uji ini adalah pada kolom *Item-Total Statistics (Corrected Item-Total correlation)*. Tabel diatas menunjukkan bahwa butir pernyataan yang mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Batasan nilai dalam uji realibitas adalah 0,6. Realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar(Sunarto,2007, p.53).

Berikut ini disajikan tabel hasil uji reliabilitas dari butir-butir tanggapan responden terhadap angket penelitian :

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	C' Alpha	r tabel	Keterangan Hasil
X	X 1	0.6	0,795	Reliabel
	X 2	0.6	0,816	Reliabel
	X 3	0.6	0,800	Reliabel
	X 4	0.6	0,806	Reliabel
	X 5	0.6	0,788	Reliabel
	X 6	0.6	0,802	Reliabel
	X 7	0.6	0,792	Reliabel
	X 8	0.6	0,801	Reliabel
	X 9	0.6	0,802	Reliabel
Y	X 10	0.6	0,796	Reliabel
	X 11	0.6	0,795	Reliabel
	X 12	0.6	0,791	Reliabel
	X 13	0.6	0,803	Reliabel
	X 14	0.6	0,810	Reliabel
	X 15	0.6	0,824	Reliabel
	X 16	0.6	0,801	Reliabel
	X 17	0.6	0,822	Reliabel
	X 18	0.6	0,814	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan uji realibilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* diatas dapat disimpulkan bahwa

18 pernyataan tentang pengaruh media sosial *Instagram* dalam perilaku narsis pada pelajar SMA dapat dinyatakan reliabel.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana melalui *SPSS for Windows versi 23.0*, maka diperoleh nilai-nilai variable bebas dan variabel terikat dapat dilihat dari rumus sebagai berikut:

$$Y=a+bX$$

Keterangan :

Y= Variabel Perilaku Narsis

a= Konstanta

b=koefisien regresi

X=Variabel Media Sosial

Instagram

maka dapat dihitung :

$$Y=-3.185+0.635X$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah Nilai a (konstanta) =-3.185, menunjukkan bahwa apabila nilai variabel X = 0, maka nilai variabel Y sebesar -3.185. Nilai b (koefisien regresi) = 0,681, menunjukkan bahwa apabila nilai variabel Media Sosial *Instagram*(X)

meningkatkan satu-satuan, maka variabel Perilaku Narsis (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,635 satuan dengan asumsi X tetap atau konsisten, maka dapat dikatakan koefisien positif antara Media Sosial *Instagram* dengan perilaku narsis pelajar SMA. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disajikan tabel regresi linier sederhana sebagai berikut :

Tabel 4
Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-3.185	3,425		-.805
1 Media Sosial <i>Instagram</i>	.635	0,033	.765	9,501

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

b. Uji -t

Uji t ini merupakan pengujian secara parsial hipotesis tentang parameter koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen dengan level signifikan 5% (Sunarto, 2007, p.63)..

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% (2-tailed) dengan persamaan berikut:

$$t \text{ tabel} = n - k - 1 : \alpha / 2$$

keterangan :

n= jumlah sampel

k= jumlah variabel bebas

l= konstan

ketika dimasukkan angka maka dapat dihitung :

$$= 100 - 1 - 1 : 0,05 / 2$$

$$= 98 : 0,025$$

$$= 3,920$$

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat terbukti bahwa hipotesis alternatif dapat diterima bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku narsis pada pelajar SMA di Pekanbaru. Dengan demikian diketahui t hitung (9,501) > t tabel (3,920) dan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah ada pengaruh media sosial *Instagram* dengan perilaku narsis.

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku narsis pada pelajar SMA di Pekanbaru dapat diterima.

c. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi berfungsi untuk melihat kuat lemahnya pengaruh antara variabel terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan koefisien korelasi dengan menggunakan program *SPSS for Windows versi 23.0* dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5
Analisis Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765	.704	.702	35.634

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Dari pengolahan tabel diatas dapat diketahui bahwa R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Diketahui nilai 0,765 atau sebesar 76,6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel Pengaruh Media Sosial *Instagram* dengan variabel Perilaku

Narsis pada pelajar SMA memiliki hubungan yang kuat.

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat terbukti bahwa hipotesis alternatif dapat diterima bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku narsis pada pelajar SMA di Pekanbaru. Dengan demikian diketahui $t_{hitung} (9,501) > t_{tabel} (3,920)$ dan $Sig. (0,000) < 0,05$. Artinya adalah ada pengaruh media sosial *Instagram* dengan perilaku narsis.

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku narsis pada pelajar SMA di Pekanbaru dapat diterima.

d. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi berfungsi untuk melihat kuat lemahnya pengaruh antara variabel terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan koefisien korelasi dengan menggunakan program *SPSS for Windows versi 23.0* dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6
Analisis Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765	.704	.702	35.634

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Dari pengolahan tabel diatas dapat diketahui bahwa R menunjukan korelasi antara varibel independen dengan variabel dependen. Diketahui nilai 0,765 atau sebesar 76,6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel Pengaruh Media Sosial *Instagram* dengan variabel Perilaku Narsis pada pelajar SMA memiliki hubungan yang kuat.

Pada penelitian ini, Setelah dijabarkan sebelumnya bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hasil tabel *Coefficient* diketahui nilai $t_{hitung}(9,501)$. Prosedur mencari statistik tabel dengan kriteria, tingkat signifikan ($\alpha=0,05$) untuk menguji dua pihak df (derajat kekuasaan kebebasan) = $N-2$ atau $100-2=98$, sehingga t_{tabel} (3,920). Faktanya nilai t_{hitung} (9,501) > t_{tabel} (3,920), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti

terdapat pengaruh antara media sosial *Instagram* dalam perilaku narsis pada pelajar SMA di Kota Pekanbaru, dan nilai R menunjukkan korelasi antara variabel *independent* terhadap variabel *dependentyakni* nilai R 0,765, maka sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien maka termasuk pada angka 0,60-0,799 tersebut dalam kategori hubungan kuat dan di variabel pengaruh media sosial dalam perilaku narsis pada pelajar SMA di Pekanbaru terdapat pengaruh 76,5% sedangkan sisa 23,5% variabel lain yang tidak diteliti oleh dalam penelitian ini.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Media Sosial *Instagram* dalam perilaku narsis pada pelajar SMA di Kota Pekanbaru secara umum dapat disimpulkan sebagai berikut Hasil hasil uji program melalui *SPSS for Windows versi 23.0* bahwa media sosial *Instagram* berpengaruh dalam perilaku narsis pada pelajar SMA hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (9,501) > t_{tabel} (3,920), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan berdasarkan uji korelasi R

menunjukkan korelasi antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yakni nilai R 0,765, maka sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien maka termasuk pada angka 0,60-0,799 tersebut dalam kategori hubungan kuat dan di variabel pengaruh media sosial dalam perilaku narsis pada pelajar SMA di Pekanbaru terdapat pengaruh 76,5% sedangkan sisa 23,5% variabel lain yang tidak diteliti oleh dalam penelitian ini.

Faktor-faktor pendorong pelajar dalam perilaku narsis di media sosial *Instagram* berdasarkan penulis dokumentasikan dalam penelitian ialah

1. Seringnya menampilkan foto diri, baik sendiri, *selfie*, maupun bersama kerabat atau teman.
2. Menampilkan citra yang baik kepada khalayak untuk dapat mendapat kesan yang baik dihati orang lain.
3. Merasairidengan apa yang diunggah oleh orang lain,terlebihjika postingan tersebut mendapat tanda likes yang banyak. Namun juga ingin orang lain merasairi dengan postingan

dirinya.

4. Merasasenangdengan banyaknya *followers*, dan tanda *like*.
5. Mendapatkan perhatian dan eksistensi diri ingin dikenal olehkhalayak banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: ESFI.
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di masyarakat*, Jakarta : Kencana perrnada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung:Citra Aditya Bakti.
- Engkus, Hikmat & Karso Saminnurahmat.2017. *Perilaku*

Narsis Pada Media Sosial Di
Kalangan Remaja Dan Upaya
Penanggulangannya. Jurnal
Penelitian Komunikasi Vol. 20
No. 2,121-134.

Hermawan, Agus. 2012.

Komunikasi Pemasaran. Jakarta:

Erlangga.

Mulyana, Deddy, 2014.*Ilmu
Komunikasi: Suatu Pengantar*.
Cetakan ke 18. Bandung: PT.
Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*.
Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Riduwan dan Sunarto.2007.*Pengantar
Statistika. Untuk penelitian
Pendidikan, Sosial, Ekonomi,
Komunikasi dan Bisnis*.
Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.2011.*Metode Penelitian
Kuantitatif, kualitatif dan R &
D*.Bandung: Alfabeta.

Referensi Internet :

<http://apjii.or.id>, 2016 diakses pada
senin 05 Juni 2018 pukul 09.00
WIB.