

## PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN FILTER PADA INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU NARSISME MAHASISWA

Muhammad Chabibi<sup>1</sup> Elok Roudlaotul Hikmah<sup>2</sup>  
Institut Pesantren KH Abdul Chalim  
[chabibi.akib@gmail.com](mailto:chabibi.akib@gmail.com) [elokrohss14@gmail.com](mailto:elokrohss14@gmail.com)

### Abstrak

#### Kata kunci:

Pengaruh  
Intensitas,  
Narsisme,  
Mahasiswa

Instagram stories merupakan salah satu mode swafoto/swavideo baru yang dimiliki oleh platform media sosial Instagram, Instagram stories kerap kali melakukan pembaruan-pembaruan, baik pada tampilan desain hingga kompleksitas fitur yang dimiliki, salah satunya yakni fitur 'filter'. 'filter' yang disediakan pada Instagram stories memiliki beragam keunggulan yang bisa menjadikan hasil unggahan pengguna menjadi lebih menarik. Penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei. Adapun tehnik sampling yang digunakan yakni Cluster Random Sampling dengan menggunakan bantuan rumus Slovin pada taraf signifikansi 10% dan menghasilkan responden sebanyak 96 mahasiswa. Adapun analisa data penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh Intensitas penggunaan fitur 'filter' pada Instagram Stories terhadap perilaku narsisme mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara intensitas penggunaan fitur 'filter' pada Instagram Stories terhadap perilaku narsisme mahasiswa dengan koefisien korelasi sebesar 0,762 dan masuk dalam kategori kuat. Adapun nilai koefisien determinan menunjukkan angka sebesar 0,581, yang artinya besaran pengaruh variabel intensitas penggunaan fitur 'filter' pada Instagram stories terhadap perilaku narsisme mahasiswa, yakni sebanyak 58,10%.

#### Keywords:

Influence of  
intensity,  
Narcissism,  
Student

### Abstract

Instagram Stories is one of the new selfie/selfie video modes owned by the social media platform Instagram. Instagram stories often make updates, both in terms of design appearance and the complexity of the features it has, one of which is the 'filter' feature. The 'filters' provided on Instagram stories have various advantages that can make user uploads more interesting. Descriptive quantitative research using survey methods. The sampling technique used was Cluster Random Sampling using the Slovin formula at a significance level of 10% and produced 96 students as respondents. The research data analysis was carried out using simple linear regression analysis to determine the influence of the intensity of use of the 'filter' feature on Instagram Stories on students' narcissistic behavior. The research results show that there is a significant influence between the intensity of using the 'filter' feature on Instagram Stories on students' narcissistic behavior with a correlation coefficient of 0.762 and is in the strong category. The determinant coefficient value shows a figure of 0.581, which means that the influence of the variable intensity of using the 'filter' feature on Instagram stories on students' narcissistic behavior is 58.10%.

## A. Pendahuluan

Semakin berkembangnya zaman, kemajuan teknologi kini dirasa semakin pesat. Presepsi bahwa penggunaan internet yang mulanya hanya bisa diakses oleh orang-orang dalam spesifikasi tertentu saja, kini sudah mulai hilang. Kecanggihannya internet juga membuat manusia turut meningkatkan taraf bersosialisasinya. Tak hanya melalui tatap muka saja, namun kini manusia sudah mampu berkomunikasi secara jarak jauh. Hal ini tentu saja bisa dibayangkan sangat memudahkan segala aktifitas, mulai dari berkomunikasi, mencari informasi, mendapatkan hiburan, hingga pemenuhan kebutuhan seperti mencari makan sekalipun.

Media sosial juga merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang sedang ramai digunakan oleh masyarakat luas dewasa ini. Menurut laporan "*Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital*" yang diterbitkan pada 11 Februari 2021 oleh *We Are Social* bersama *Hootsuite*, rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktunya sebanyak 3 jam 14 menit dalam sehari hanya untuk mengakses media sosial, salah satunya yakni *Instagram*.

*Instagram* merupakan media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat.

Masih berdasar sumber yang sama yakni pada laporan *We Are Social* bersama *Hootsuite*, *Instagram* menapaki peringkat 3 teratas daftar media sosial yang paling sering dikunjungi masyarakat Indonesia yakni sebanyak 85 juta pengguna (86,6%), selisih 1% dari *Whatsapp* yang berada di urutan kedua dengan Persentase 87,7% dan *Youtube* yang berada di puncak klasemen dengan 93,3%.

Bertambahnya pengguna aktif aplikasi swafoto dan video ini tentu saja bukan tanpa alasan, mengingat, *Instagram* sendiri kini kerap melakukan pembaruan-pembaruan baik dari segi sistem maupun tampilannya, salah satunya yakni lahirnya *Instagram Stories* atau akrab dibayangkan *Instastory*. Dari sekitar 700 juta pengguna *Instagram* di seluruh dunia (*Social Daily* : 2017), 250 juta atau sepertiga lebih di antaranya aktif mengunggah konten *Story* setiap harinya. Indonesia sendiri memiliki 45 juta pengguna aktif, namun yang lebih mengejutkan, Indonesia ternyata merupakan penghasil konten *Story* terbanyak di dunia.

Mulanya, *Instagram* hanyalah *platform* berbagi foto dan video tanpa adanya fitur yang menarik dan beragam. Namun, dengan adanya *Instagram Stories*, *Instagram* justru semakin gencar melakukan

*upgrading*. *Instagram Stories* sendiri, merupakan salah satu jebolan duplikat yang baru ada pada tahun 2016. Dikatakan duplikat, karena *Instagram Stories* memiliki fitur persis sama halnya dengan aplikasi *Snapchat* yang bahkan sudah lebih dulu *eksis* daripada *Instagram* itu sendiri. Menu dari *Instagram Stories* ini juga dirasa semakin kompleks, seperti yang mulanya hanya berisi *boomerang*, *rewind*, *type*, *superZoom*, *handsfree*, dan *live stories*, kini dilengkapi dengan ribuan *filter* (efek) yang beragam dan penambahan instrumen musik atau lagu yang bisa menjadi daya tarik tersendiri.

Filter yang disediakan pada *Instagram Stories*, semakin hari kian variatif dan mampu menyuguhkan nuansa baru seiring dengan *booming*-nya aplikasi video asal Tiongkok yang sedang populer, yakni Tik Tok. Filter yang mulanya disediakan secara terbatas, kini pada *Instagram Stories* disediakan menu baru yakni '*search filter*', sehingga pengguna bisa mencari filter yang dikehendaki dan bisa dijadikan sebagai penunjang bahan postingan yang hendak diunggah. Selain itu, setiap pengguna juga bisa menciptakan filter sendiri dengan menggunakan aplikasi bantuan seperti *Spark AR Studio* yang digadang bisa dijadikan sebagai penghasil pundi-pundi rupiah,

mengingat, banyak pengguna yang tengah mengincar banyak filter-filter unik dan baru.

*Instagram Stories* kerap kali dijadikan sebagai wadah untuk mendapatkan respon, perhatian, pengakuan dari orang lain. Namun, kebanyakan dari apa yang mereka unggah di *Instagram Stories* tidak selalu menggambarkan keadaan hidup mereka yang sebenarnya.<sup>1</sup> Misalnya saja ketika hendak mengunggah *Instagram Stories*, pengguna menggunakan segala cara agar foto / video yang dihasilkan menarik dan enak dilihat. Penggunaan filter menjadi salah satu cara utama yang digunakan dan disenangi oleh mayoritas pengguna saat ini, betapa tidak, tanpa harus menggunakan bantuan aplikasi *editing* foto, cukup hanya meng-*klik* dan menggunakan filter pilihan saja, gambar sudah bisa dibuat sedemikian bagusnya. Seperti penggunaan filter '*Korean Vibes*' yang bisa membuat hasil unggahan menjadi lebih cerah dari gambar aslinya ataupun filter '*Retro 92*' yang bisa membuat foto/video menjadi seolah bernuansa 90-an. Selain itu, adanya musik atau instrumen pada beberapa filter unggulan juga dijadikan pilihan yang kerap kali digunakan sebagai wadah unjuk kebolehan seperti bernyanyi

<sup>1</sup> Secsio, Wilga, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja", Prosiding KS: Riset & PKM Vol.03 No.01, 2016, hal.48.

atau melakukan *voice over* terhadap aktifitas yang dibagikan.

Lahirnya ribuan fitur '*filter*' pada *Instagram Stories* yang beragam jenisnya ini, bisa menjadi penunjang dari perilaku narsisme dan populer bagi penggunanya. Menurut Lam, perilaku narsisme berasal dari konsep diri dan rasa percaya diri, rasa percaya diri tersebut dituangkan melalui perilaku seperti percaya diri sebagai individu yang unik, memiliki intelegensi lebih, dan memiliki potensi lebih dari orang lain, sehingga cenderung tidak menerima diri sendiri serta berperilaku secara berlebihan dari kemampuan serta keadaan yang sebenarnya.<sup>2</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi III, narsisme berarti hal (keadaan) mencintai diri sendiri secara berlebihan. Istilah ini juga sering disebut dengan nama *narsistik* dalam KBBI edisi V, yang berarti kepedulian yang berlebihan pada diri sendiri yang ditandai dengan adanya sikap arogan, percaya diri, dan egois.<sup>3</sup>

Narsisme juga, digunakan untuk menggambarkan orang yang mencintai

dirinya sendiri. Dalam batas tertentu, kecintaan pada diri sendiri bisa dianggap normal, tetapi bila berlebihan dan bersifat mengganggu orang lain ataupun diri sendiri maka dianggap penyimpangan atau gangguan kepribadian.<sup>4</sup> Indikator dari sikap Narsisme juga ditandai dengan adanya kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara yang cukup berlebihan, kerap kali merasa senang dengan menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian terhadapnya, selain itu tertanam dalam dirinya perasaan paling mampu, paling unik (berbeda) dan merasa khusus dibandingkan dengan orang lain.

Media sosial dan mahasiswa seperti halnya akar pohon yang terus bertumbuh dan menjerat, kebutuhan akan penggunaan media sosial kini dianggap begitu penting dan cukup mempengaruhi. Dengan adanya media sosial saat ini, bisa dijadikan alternatif pendukung untuk berekspresi dan menyalurkan hobi maupun bakat yang dimiliki. Dalam taraf mahasiswa, perlu yang namanya sosialisasi guna mengembangkan rasa ingin dikenal dan diakui kapabilitasnya oleh banyak orang dalam lingkungannya.

---

<sup>2</sup> Lam, Z.K.W, "*Narcisssm and Romantic Relationship : The Mediating Role Of Perception Discrepancy.Discovery*", SS Student E-Journal Vol. 01 No.01, 2012, hal. 20.

<sup>3</sup> KBBI Daring Edisi V

---

<sup>4</sup> Philip, "*Jangan Terlalu Dekat Narsisus*", Psikologi Plus Vol.04 No. 09, Maret 2007, hal. 26-28.

Intensitas penggunaan fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories* yang kian berkembang juga digadang bisa menimbulkan perilaku narsis dan kekinian yang kian melekat pada diri mahasiswa. Apalagi, *Instagram Stories* juga dijadikan sebagai alat untuk pengungkapan ekspresi diri, membuka ruang berinteraksi, berbagi suasana hati bahkan memberikan informasi tanpa ada batasan waktu dan ruang. Siapapun, kapanpun, dan dimanapun dapat dengan bebas mengekspresikan dirinya kepada orang banyak atau kepada sesama penggunanya, yang dikemas dalam bentuk video atau foto dan nantinya akan menghilang setelah dibagikan dalam waktu 24 jam. Terlebih, dengan hadirnya ribuan ‘filter’ pada *Instagram Stories* yang bisa dijadikan sebagai properti digital untuk mendukung terciptanya hasil unggahan yang lebih kreatif dan memiliki nilai estetika berlebih. Hal ini bisa menimbulkan adanya ketergantungan individu terhadap penggunaan fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories*. Menurut Miftahul Arzak, penulis buku *Hybrid Theory : Teori Komunikasi*, ketergantungan ialah situasi ketika audiens membutuhkan sesuatu dan memilih hal itu untuk memenuhinya.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> video Youtube Miftahul Arzak, *Teori Komunikasi: Uses, Gratifications and Dependency*

Dengan mengambil objek yakni perilaku narsisme mahasiswa, peneliti ingin menggali lebih dalam terkait bagaimana pengaruh kebiasaan dengan taraf cukup sering (intens) menggunakan fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories* terhadap perilaku narsisme mahasiswa selaku *agent of Moral Force*, yang berperan sebagai kekuatan moral untuk negeri. Maksudnya, mahasiswa harus memiliki acuan dasar dalam berperilaku terhadap tata cara berpakaian, sikap, tingkah laku dan perkataan yang baik. Lantaran, masyarakat selalu mengamati dan menilai segala tingkah laku mahasiswa.<sup>6</sup>

Penelitian ini berbeda dari sebelumnya karena peneliti hanya akan fokus membahas tentang pengaruh intensitas penggunaan fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories*. Yang mana, akan mengulas serta mengungkap jawaban terkait apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories* terhadap perilaku narsisme mahasiswa, serta seberapa jauh pengaruhnya. Penelitian ini penting dilakukan, mengingat, fitur ‘filter’ yang disediakan pada *Instagram Stories* semakin beragam dan terus melakukan

(diakses pada 16/6/2021 pukul 11.10 WIB)  
<sup>6</sup> Habib Cahyono, “Peran Mahasiswa Di Masyarakat”, De Banten-Bode Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi Vol. 01 No. 01, November 2019, hal.20.

perkembangan ditandai dengan tampilan-tampilan baru yang kerap kali diperbarui. Kaitannya dengan perilaku mahasiswa yakni, mahasiswa di cap sebagai individu yang dipercaya sudah menguasai ketrampilan fisik dan emosional yang baik, salah satunya yakni kontrol diri. Seperti yang diketahui, kontrol diri berperan penting dalam menjalankan aktifitas sosial dan menghasilkan perilaku - perilaku yang *konformis* atau sesuai dengan harapan masyarakat dan nilai sosial yang ada.

Berdasar pada pemaparan diatas, peneliti berasumsi bahwa intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram Stories* memiliki kaitan dengan perilaku narsisme karena merupakan salah satu *platform* (wahana) media sosial yang sedang populer dikunjungi dan terus melakukan *upgrading*. Adapun konten visual dan tersedianya ribuan fitur 'filter' *trend* yang disajikan pada *Instagram Stories* memberikan kecenderungan kepada perilaku narsisme seperti kerap kali mengunggah swafoto atau swavideo dan diposting di akun pribadi untuk mendapatkan *feedback* positif baik berupa like dan komentar, hingga kenaikan jumlah *viewers* dari pengguna akun lain / *follower*.

## B. Metode Penelitian

Menurut Horiggan (Novianto, 2013), menjelaskan bahwa dalam intensitas penggunaan internet oleh individu, terdapat dua hal mendasar yang perlu diamati, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna.<sup>7</sup> Dari beberapa penjelasan sebelumnya, dapat ditarik benang merah bahwasannya intensitas merupakan kekuatan atau kesungguhan individu dalam menggunakan atau mengkonsumsi media untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi tujuannya. Menggunakan merupakan kegiatan individu dalam mengakses atau mengkonsumsi suatu media. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.<sup>8</sup>

Dalam teori perilaku direncanakan (*theory of planned behavior*) yang diungkap oleh

<sup>7</sup> Faiz, Noormiyanto, "Pengaruh Intensitas Anak Mengakses Gadget dan Tingkat Kontrol Orangtua Anak Terhadap Interaksi Sosial Anak SD Kelas Tinggi di SD 1 Pasuruhan Kidul Kudus Jawa Tengah", E-jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas PGRI Yogyakarta Vol. 5, No. 1, Januari 2018.

<sup>8</sup> Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi dengan Contoh Analisis Statistik*. (Bandung: Remaja Rosdakarta, 2005) hal.66.

Icek Ajzen (1991), membagi intensitas menjadi empat aspek<sup>9</sup>, yaitu :

1) **Perhatian**, diartikan sebagai konsentrasi individu dalam mengakses media yang memiliki makna tersembunyi karena adanya ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini digambarkan bahwa khalayak bersifat aktif dalam menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya dan terdapat adanya ketergantungan antara khalayak dengan media. Adanya pemenuhan kebutuhan dan ketergantungan tersebut membuat tiap individu memusatkan perhatiannya dalam mengakses media.

2) **Penghayatan**, merupakan pemahaman dan penyerapan akan suatu pesan ataupun informasi yang kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati, dan disimpan sebagai pengetahuan baru bagi individu yang bersangkutan. Penghayatan disini bisa diartikan sebagai proses *labelling*, atau pemberian predikat bahwa penggunaan media tersebut sudah sesuai dengan orientasi sehingga bisa dijadikan referensi dalam melakukan aktifitas selanjutnya. Penghayatan disini meliputi pemahaman isi

atau konten dan fasilitas yang tersedia dalam suatu media, kemudian dijadikan referensi baru bagi individu tersebut.

3) **Durasi**, merupakan berapa lamanya waktu yang digunakan individu untuk melakukan perilaku atau kegiatan yang menjadi target. Melihat berapa lama individu menggunakan dan mengakses suatu media (berapa menit dalam sehari, atau berapa jam individu mengakses media).

4) **Frekuensi**, merupakan banyaknya pengulangan penggunaan media. Masing-masing individu memiliki frekuensi yang berbeda-beda dalam keinginannya mendapatkan informasi, tergantung ketertarikan dan kebutuhan. Contoh: seberapa sering individu menggunakan *Instagram Stories* untuk membagikan aktifitas hariannya (foto / video) kepada khalayak ramai dalam suatu kurun waktu tertentu.

Menurut Horiggan (dalam Novianto, 2013), membagi aspek pada intensitas penggunaan menjadi dua, yakni 1) frekuensi dan 2) durasi. Namun peneliti memutuskan untuk mengambil empat aspek yang dikemukakan oleh Ajzen, karena memiliki cakupan yang dirasa lebih kompleks, yakni 1) perhatian, 2) penghayatan, 3) durasi, 4) frekuensi.

<sup>9</sup> Aulia, N Rahma, Skripsi: “*Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang*”(Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hal. 15-16.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Adapun pendekatan kuantitatif bertujuan menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, serta menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan ini harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.<sup>10</sup>

Dalam hal penelitian ini, peneliti ajukan untuk menguji pengaruh intensitas menggunakan fitur “*filter*” pada *Instagram Stories* terhadap perilaku narsisme mahasiswa, yang dalam hal ini yakni mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim.

Kemudian sampel yang terpilih ini akan diambil dengan menggunakan metode *Cluster Random Sampling* sebagai teknik penentuan sampel, dikarenakan populasi yang cukup luas. Metode ini digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data yang digali cukup luas, misal penduduk dalam suatu

propinsi, maupun kabupaten.<sup>11</sup> Adapun rumus dalam menggunakan metode *Cluster Random Sampling*, yakni:

$$f_t = \frac{N_t}{N}$$

Kemudian didapatkan besarnya sampel per cluster, dengan menggunakan rumusan sebagai berikut :

$$N_t = f_t \times n$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik angket tertutup guna memperoleh data mengenai pengaruh intensitas menggunakan fitur ‘*filter*’ pada *Instagram Stories* terhadap perilaku narsisme mahasiswa. Proses penyebaran angket adalah dengan menggunakan *Google Form* dari peneliti ke objek penelitian, yang diisi langsung oleh objek dan dikembalikan kembali ke peneliti secara *online* untuk diuji, baik itu menggunakan media sosial *WhatsApp* maupun *direct message* pada *Instagram*.

Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan sebuah pengukuran, dengan tujuan agar menghasilkan data kuantitatif yang akurat,

<sup>10</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 10.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & RND*. (Cet. 22; Bandung: ALFABETA, 2015) hal. 83.

maka dalam setiap instrumen penelitian harus mempunyai skala. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Skala Likert*.

*Skala Likert* sendiri digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam *Skala Likert* variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>12</sup>

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah berupa angket atau kuesioner yang peneliti buat sendiri dengan menggunakan *skala Likert* untuk mengukur Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories* terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa, dengan pemberian skor sebagaimana berikut.

**Tabel 3. 1 Skor Instrumen Penelitian (Sugiyono:2013)**

Alternatif Jawaban	Skor	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi, dimana analisis regresi dilakukan untuk menganalisis penelitian yang menggunakan rumusan masalah dengan konsep “Pengaruh”. Regresi yang digunakan adalah regresi linier sederhana.<sup>13</sup> Regresi Linear sederhana atau disebut dengan *simple linear regression*, adalah regresi linear dengan satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

Adapun peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, dikarenakan variabel yang terlibat dalam penelitian ini ada dua, yaitu intensitas penggunaan fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories* sebagai variabel bebas dan dilambangkan dengan X serta perilaku narsisme mahasiswa sebagai variabel terikat. Regresi dipilih, karena peneliti ingin memprediksi hasil atas variabel-variabel

<sup>12</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D ..., hal. 92

<sup>13</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2010), hal 183-185

tertentu dengan menggunakan variabel lain. Regresi sederhana berusaha memprakirakan pengaruh intensitas penggunaan fitur ‘filter’ pada *Instagram Stories* dengan perilaku narsisme. Analisis regresi mengindikasikan kepentingan relatif satu atau lebih variabel dalam memprediksi variabel lainnya.<sup>14</sup>

#### Uji Instrumen

Sebelum menganalisis data, dilaksanakan uji coba instrumen terlebih dahulu dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

##### a. Uji Validitas

Instrumen penelitian akan dinyatakan valid apabila alat ukur yang dipakai guna mendapatkan data tersebut juga valid. Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*).<sup>15</sup> Uji validitas digunakan guna menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan rumus *korelasi product moment*.

Rumus yang digunakan dalam pengujian validitas yaitu korelasi product moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

##### b. Uji Reliabilitas

Reabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Uji reliabilitas merupakan alat ukur guna mengukur suatu angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu angket dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas instrumen dapat diujikan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.<sup>16</sup> Adapun formula yang dapat digunakan dalam mengukur koefisien reliabilitas adalah menggunakan rumusan *alpha* sebagai berikut.

<sup>14</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cet. II; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 179.

<sup>15</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Cet.V; Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hal 77.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* ..., hal. 130

$$\alpha = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$\alpha$  = reliabilitas

n = jumlah item

$\sum \sigma_b^2$  = varian skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = varian skor total.

Penentuan reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima apabila memiliki koefisien *alpha* (*Cronbach's Alpha*) lebih besar dari 0,60<sup>17</sup>.

### C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan sebelumnya, dari data hasil rekapitulasi intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram stories* yang diambil dari responden yang dalam penelitian ini yakni mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim(IKHAC), diketahui bahwa interpretasi variabel X masuk dalam

kategori kuat<sup>18</sup>, yakni dengan Persentase 75%. Adapun rinciannya sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\text{Jumlah seluruh presentase}}{\text{Banyak Indikator}} =$$

$$\frac{300\%}{4} = 75,35\%$$

Berdasar pada *teori of planned behavior* oleh Ajzen, memiliki asumsi utama bahwa manusia merupakan makhluk rasional dan menggunakan kemajuan teknologi dan informasi yang mungkin baginya secara sistematis. Individu juga memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan hal-hal tertentu. Hal ini erat kaitannya dengan intensi atau motif individu dalam berperilaku.<sup>19</sup> Adapun implikasi yang ingin ditimbulkan didukung dengan tersedianya faktor pengendali yakni situasi sosial dan lingkungan sekitar. Berdasar teori yang dikembangkan oleh LaRossa & Reitzes (1993) menyatakan bahwa manusia mengembangkan makna tentang identitas dirinya melalui interaksi dengan lingkungannya. Adapun hal tersebut bisa

<sup>17</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 100.

<sup>18</sup> Riduwan dan Akdon (2013) Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Penerbit Alfabeta, Bandung. Hal 41.

<sup>19</sup> Ajzen, I.1991. The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol.50, no. 2, pp. 179-211.

menjadikan individu mengembangkan konsep diri yang dibangun melalui sosialisasi dan interaksi sosial terhadap lingkungannya, kemudian konsep diri tersebut yang akan menuntun terbentuknya sebuah perilaku.

Pada penelitian ini, ditemukan bahwa responden mengimplikasikan bentuk konsep dirinya dengan penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram stories*-nya. Responden menggunakan fitur 'filter' untuk membantunya menunjukkan siapa mereka dengan mengunggah gambar atau video ke *Instagram stories* miliknya. Penggunaan fitur 'filter' didasarkan pada pertimbangan bahwa hal tersebut dirasa cukup efektif dan efisien untuk menghasilkan unggahan yang bagus dan terlihat menarik.

Hasil penelitian menunjukkan indikator perhatian memiliki skor rata-rata tertinggi. Indikator perhatian merupakan konsentrasi individu terhadap penggunaan media yang didasarkan karena adanya ketertarikan terhadap objek atau media tertentu. Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa responden menganggap dengan menggunakan fitur 'filter' pada *Instagram stories* bisa menjadi alternatif penunjang hasil unggahannya agar lebih menarik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan sebelumnya, dari data hasil rekapitulasi perilaku narsisme mahasiswa yang diambil dari responden yang dalam penelitian ini yakni mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim(IKHAC), diketahui bahwa interpretasi variabel Y masuk dalam kategori kuat, yakni dengan Persentase 72,97%. Adapun rinciannya sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\text{Jumlah seluruh presentase}}{\text{Banyak indikator}} =$$

$$\frac{510,84\%}{7} = 72,97\%$$

Perilaku narsisme dengan penggunaan media sosial khususnya penggunaan fitur 'filter' *Instagram stories*, erat kaitannya dengan adanya implikasi yang timbul berupa didapatkannya *feedback* positif dari pengguna lain atas unggahan 'story'-nya atas unggahan 'story'-nya, baik itu konten *selfie*, konten kegiatan keseharian ketika bekerja, dan yang lainnya. *Feedback* positif tersebut bisa beragam bentuknya. Mulai dari pemberian pujian baik secara verbal maupun non-verbal, melalui kolom komentar maupun pemberian stiker positif yang telah disediakan oleh *Instagram*, hingga dikenal dan diakui keberadaannya oleh orang-orang di lingkungannya. Hal tersebut merupakan

salah satu bentuk implikasi indikator *ekspresiveness* atau kebutuhan untuk dikagumi dalam aspek perilaku narsisme.

Pada data hasil penelitian juga menunjukkan bahwa responden menggunakan fitur 'filter' pada *Instagram stories* sebagai salah satu media untuk membantunya menunjukkan kemampuan yang dimiliki pada publik. Sebagai bentuk perwujudan kemampuan yang dimiliki, responden membagikan kegiatan kesehariannya, hingga sebuah pencapaian atau hasil prestasinya. Hal tersebut dilakukan sebagai cara untuk memperkuat citra dirinya agar dianggap sebagai individu yang berkompeten.

Perilaku narsisme juga erat kaitannya dengan adanya fantasi untuk mencapai kesempurnaan di segala aspek. Menurut Raskin & Terry (1988) individu dengan kepribadian narsistik akan cenderung merasa bahwa mereka hebat dan sempurna. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 93,75% meyakini bahwa dengan menggunakan fitur 'filter' pada *Instagram stories*, hasil unggahannya menjadi terlihat menarik, serta didukung dengan ditemukan data yang menunjukkan responden meyakini bahwa sebagai mahasiswa dirinya

merupakan sosok individu yang memiliki kemampuan di banyak sektor.

Individu dengan beberapa aspek dalam perilaku narsisme, akan senantiasa membutuhkan pengakuan dari orang-orang disekitar dan lingkungannya. Sehingga, untuk mewujudkan hal tersebut, individu kerap kali menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain. Keinginan untuk diketahui dan diakui oleh orang bahwa dirinya merupakan individu yang unik tersebut, sering diwujudkan dan dipublikasikan melalui media sosial, terkhusus dengan menggunakan fitur 'filter'.

Intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram stories* dan perilaku narsisme memiliki hubungan yang kuat dan sejajar, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan fitur 'filter', maka semakin tinggi pula perilaku narsisme yang ditimbulkan.

Hasil analisa data penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan secara kualitatif oleh Janggan (2019)<sup>20</sup> yang menyebutkan bahwa perilaku narsisme merupakan interpretasi dari

---

<sup>20</sup> Janggan Aulia Agastya, Skripsi: "Motivasi Mahasiswa Berperilaku Narsistik Pada Fitur Instagram Stories" (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta", 2019).

kebutuhan untuk dihargai. Terdapat pula dorongan dari dalam dan dari luar individu untuk mengunggah *stories* seperti keinginan untuk mengekspresikan diri dan kepopuleran fitur *Instagram stories* di kalangan mahasiswa serta empat motif lain yaitu motif pengakuan diri, motif informasi, motif hiburan, motif interaksi, dan motif ekonomi.

Pada penelitian yang peneliti lakukan, gambaran serupa juga bisa dilihat dari bentuk implikasi indikator *eksploitativeness* atau memanfaatkan hubungan interpersonal dengan orang lain demi terbentuknya tujuan sendiri. Data menunjukkan bahwa mahasiswa merasa senang ketika bisa mengunggah konten ‘*story*’ bersama dengan orang-orang yang dianggap berpengaruh di lingkungannya, hal itu bisa saja menimbulkan beragam dampak, seperti popularitas dan bisa dikenal banyak orang.

Fitur ‘*filter*’ pada *Instagram stories* merupakan salah satu terobosan baru pada media sosial yang merupakan fitur fleksibel dan mudah diaplikasikan dalam berbagai konten yang dikehendaki untuk diunggah. Penggunaannya pun beragam, tak terkecuali yakni mahasiswa, yang masuk dalam kategori remaja tingkat akhir. Sesuai penjelasan pada bab sebelumnya, peneliti menilai bahwa fitur ‘*filter*’ pada *Instagram*

*stories* memiliki kesamaan dengan fitur yang tersedia pada aplikasi Tik Tok. Hal ini didukung dengan hasil penelitian oleh Susilowati (2018) yang menyatakan bahwa aplikasi Tik Tok memiliki *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Dengan adanya aplikasi Tiktok ini siswa bisa mengekspresikan gaya yang sesuai dengan keinginannya untuk menjadi pengguna yang terlihat unik dimata orang lain.<sup>21</sup>

Pada hasil penelitian yang peneliti lakukan, intensitas penggunaan fitur ‘*filter*’ pada *Instagram stories* memiliki pengaruh cukup signifikan terhadap perilaku narsisme, mengingat bahwa unsur ‘*menarik*’ merupakan salah satu poin utama yang diberikan oleh fitur ‘*filter*’ dan bisa menunjang terbentuknya perilaku yang condong pada aspek narsisme. Hal ini didukung dengan hasil penelitian oleh Ong et al (2011) yang menyatakan bahwa orang dengan kepribadian narsisme cenderung

---

<sup>21</sup> Susilowati. (2018). “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe)”, Jurnal Komunikasi Vol. 09 No.02, hal 176–185.

bersikap *ekhibisionis*, *attention-seeking* dan sangat memperhatikan penampilan dirinya, mereka berpikir memiliki daya tarik tinggi, sehingga akan selalu tampil sangat *rapid on fashionale*.

Teori Dependensi media dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara kedua variabel dalam penelitian ini. Yakni intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram stories* sebagai variabel bebas, dan perilaku narsisme mahasiswa sebagai variabel terikat. Dalam teori dependensi media, dijelaskan bahwa besaran efek atau pengaruh media ditentukan oleh kadar penggunaan media oleh individu serta alasan individu memilih dan menggunakan media tersebut.

Kaitannya dengan hasil penelitian ini yakni, responden yang dalam hal ini adalah mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim (IKHAC) merasa dengan menggunakan fitur 'filter' bisa memenuhi kebutuhan dan penggunaannya sesuai dengan keinginan yang dikehendaki. Kebutuhan akan penggunaan media yang dalam hal ini yakni fitur 'filter', yang dikatakan terpenuhi bisa beragam. Sesuai hasil analisa penelitian, kebutuhan atau tujuan yang terpenuhi yakni pembentukan identitas diri, proses pengembangan konsep

diri, sarana *self promoting behavior*, hingga tercapainya kepuasan diri akan motifnya yang sudah terpenuhi.

Sehingga, penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram stories*, dirasa mampu menjadi salah satu sarana pemenuhan orientasi. Hal tersebut berlanjut pada kadar penggunaan yang kian tinggi, maka disinilah proses awal terbentuknya ketergantungan. Seperti yang diketahui bahwa teori dependensi media merupakan perpanjangan dari teori *uses and gratification*, yang artinya, setelah unsur kepuasan terpenuhi, maka besar kemungkinan muncul ketergantungan.

Data hasil penelitian menunjukkan bahwa Persentase intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram stories* mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim sebesar 75% dan tergolong dalam kategori kuat. Sehingga intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram stories* memiliki pengaruh kuat untuk menegakkan kembali pengembangan konsep diri melalui posting diri, menunjukkan kapasitas diri, dan menunjukkan sisi unik diri individu. Dengan kata lain, hal tersebut akan memandu terciptanya perilaku narsisme yang memperlihatkan bahwa individu merupakan sosok yang ideal dan sempurna.

#### D. Penutup

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang Pengaruh Intensitas Penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram Stories* terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa, adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat intensitas menggunakan fitur 'filter' pada *Instagram Stories* mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim berdasarkan analisis statistik termasuk dalam kategori kuat, artinya bahwa tingkat menggunakan fitur 'filter' pada *Instagram Stories* termasuk sering. Dari indikator perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi, indikator yang dikategorikan dalam kategori tinggi adalah perhatian. Hal ini disebabkan oleh banyaknya filter menarik yang ada di dalam fitur 'filter' pada *Instagram Stories*, sehingga memberikan daya tarik bagi mahasiswa untuk selalu menggunakan fitur 'filter' pada *Instagram Stories*.
- 2) Tingkat perilaku narsisme mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim berdasarkan analisis statistik juga termasuk dalam kategori kuat. Dari indikator *grandiose*, *superiority*, individu unik dan khusus, *ekspresiveness*, *eksploitative*, iri, dan *vanity*. Dari

indikator tersebut, *grandiose* menjadi indikator yang memiliki nilai tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa bahwa dirinya megah dan dengan menggunakan fitur 'filter', mahasiswa bisa memperkuat citra dirinya.

- 3) Terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram Stories* terhadap perilaku narsisme mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,762 dan juga memiliki nilai *sig* sebesar 0,00. Artinya korelasi antara kedua variabel menunjukkan hasil yang positif dengan kategori kuat. Dan berdasarkan uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai *t*-hitung sebesar  $11,424 > t\text{-tabel } 1,989$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka Intensitas Penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram Stories* (variabel independen) memiliki pengaruh terhadap perilaku narsisme mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim (variabel dependen). Adapun Nilai koefisien determinasi sebesar 0,581 yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan fitur 'filter' pada *Instagram Stories* memiliki pengaruh sebesar 58,10% terhadap perilaku narsisme mahasiswa Institut Pesantren KH Abdul Chalim. Sedangkan sisanya

sebesar 41,90% dipengaruhi oleh hal lain diluar penelitian ini.

#### E. Daftar Pustaka

- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 10.
- Aulia, N Rahma, Skripsi: “Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang”(Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hal. 15-16.
- Ajzen, I.1991. The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol.50, no. 2, pp. 179-211.
- Analisis Statistik*. (Bandung: Remaja Rosdakarta, 2005) hal.66.
- Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 100.
- Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cet. II;Bandng: PT Remaja Rosdakarya.
- Faiz, Noormiyanto, “Pengaruh Intensitas Anak Mengakses Gadget dan Tingkat Kontrol Orangtua Anak Terhadap Interaksi Sosial Anak SD Kelas Tinggi di SD 1 Pasuruhan Kidul Kudus Jawa Tengah” , E-jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas PGRI Yogyakarta Vol. 5, No. 1, Januari 2018.
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi dengan Contoh Analisis Statistik*. (Bandung: Remaja Rosdakarta, 2005) hal.66.
- Janggan Aulia Agastya, Skripsi:” *Motivasi Mahasiswa Berperilaku Narsistik Pada Fitur Instagram Stories*” (Surakarta:Universitas Muhammadiyah Surakarta”, 2019).
- Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), hal. 515.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2010), hal 183-185.
- Riduwan dan Akdon (2013) *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Penerbit Alfabeta, Bandung. Hal 41.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D ...*, hal. 92.
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Cet.V; Jakarta: Bumi.
- Susilowati. (2018). “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe)”,*Jurnal Komunikasi* Vol. 09 No.02, hal 176–185.