HUBUNGAN *SELF-ESTEEM* DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISTIK PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM

Dhiya Awliya Nasution[1], Soeci Izzati Adlya[2]

[1,2]*Universitas Negeri Padang*
E-mail : [1]dhiyaawliya25@gmail.com, [2]soeci.izzati@fip.unp.ac.id

ABSTRACT

Instagram is a social media platform that allows users to present different aspects of themselves through various forms of posts. Such activities may be associated with narcissistic behavioral tendencies, which are characterized by the desire to highlight personal strengths and perceive oneself as superior to others. In this context, *self-esteem* is considered one of the psychological factors that may be related to narcissistic behavioral tendencies. This study aimed to describe the levels of *self-esteem* and narcissistic behavioral tendencies and examine the relationship between these two variables among university students who actively use Instagram. The study employed a quantitative approach with a correlational research design. The participants consisted of 262 undergraduate students from the Faculty of Education, Universitas Negeri Padang, class of 2024, who actively used Instagram. The collected data were analyzed using the *Spearman correlation test*. The findings revealed that most students had a moderate level of *self-esteem*, accounting for 57.63%, while narcissistic behavioral tendencies were also predominantly classified as moderate, with a percentage of 35.88%. The correlation analysis yielded a coefficient of -0.509 with a significance level of $p < 0.001$. These findings indicate a significant negative relationship between *self-esteem* and narcissistic behavioral tendencies, suggesting that students with higher levels of *self-esteem* tend to exhibit lower narcissistic behavioral tendencies. The results may serve as a reference for developing guidance and counseling services in higher education institutions, including information services, group guidance, individual counseling, and content mastery services. These services can be directed toward strengthening students' *self-esteem* and encouraging more responsible use of social media.

Keywords : *Self-esteem, Narcissistic Behavioral Tendencies, Instagram, University Students*

ABSTRAK

Instagram merupakan platform media sosial yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk memperlihatkan gambaran diri melalui berbagai bentuk unggahan. Aktivitas tersebut dapat berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsistik, yang ditandai dengan keinginan untuk memperlihatkan keunggulan diri serta anggapan bahwa dirinya memiliki posisi lebih baik daripada orang lain. Dalam konteks ini, *self-esteem* atau harga diri menjadi salah satu aspek psikologis yang diperkirakan berhubungan dengan kecenderungan perilaku narsistik. Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan tingkat *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik serta mengetahui hubungan di antara keduanya pada mahasiswa pengguna Instagram. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan rancangan korelasional. Penelitian melibatkan 262 mahasiswa program sarjana Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang angkatan 2024 yang menggunakan Instagram secara aktif. Data yang diperoleh dianalisis melalui uji korelasi *Spearman*. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki *self-esteem* pada kategori sedang, yaitu sebesar 57,63%, sedangkan kecenderungan perilaku narsistik paling banyak berada pada kategori sedang dengan persentase 35,88%. Pengujian hubungan kedua variabel menghasilkan koefisien korelasi sebesar -0,509 dengan signifikansi $p < 0,001$. Temuan ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan, sehingga semakin tinggi *self-esteem* mahasiswa, semakin rendah kecenderungan perilaku narsistik yang dimiliki. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penyelenggaraan layanan bimbingan dan konseling di perguruan tinggi, meliputi layanan informasi, bimbingan kelompok, konseling individual, dan layanan penguasaan konten. Berbagai layanan tersebut dapat diarahkan untuk mendukung penguatan *self-esteem* serta membentuk perilaku penggunaan media sosial yang lebih bijak.

Kata Kunci : *Self-esteem, Kecenderungan Perilaku Narsistik, Instagram, Mahasiswa*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan terhadap pola interaksi serta cara individu menjalin hubungan dengan lingkungan sosialnya. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi tersebut adalah media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi, membagikan berbagai pengalaman, dan memperkenalkan diri kepada orang lain (Sakti & Yulianto, 2018; Syaharani, 2024). Di antara berbagai platform yang tersedia, Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati oleh kelompok remaja dan dewasa muda. Platform ini memungkinkan penggunanya membagikan foto maupun video melalui beragam fitur, di antaranya unggahan, *Snapgram*, *Reels*, dan *Live* (Prihatiningsih, 2017). Tingginya popularitas Instagram juga tercermin dari angka penggunaannya yang mencapai 59% pada kelompok usia 18–29 tahun (Sakti & Yulianto, 2018). Berbagai fitur tersebut memberikan kesempatan kepada individu untuk memperlihatkan dirinya secara visual sekaligus menerima tanggapan dari pengguna lain. Hal ini menjadikan Instagram sebagai salah satu media yang menarik untuk diteliti dalam kaitannya dengan pembentukan citra diri dan perkembangan psikologis.

Selain dimanfaatkan untuk menjalin komunikasi, Instagram juga memberikan ruang bagi penggunanya untuk memperlihatkan gambaran diri dan mendapatkan respons dari lingkungan sosial (Wahyuni, 2022). Melalui platform ini, individu memiliki keleluasaan dalam menentukan konten yang akan dibagikan, seperti memilih foto tertentu, menambahkan filter, hingga mengunggah pengalaman yang dianggap menarik untuk mendapatkan perhatian berupa tanda suka (*likes*) maupun komentar. Keberadaan berbagai unggahan yang memperlihatkan kehidupan ideal, baik dari teman sebaya maupun *influencer*, juga memungkinkan individu melakukan perbandingan terhadap dirinya sendiri dan menyesuaikan penampilan dengan standar sosial yang berkembang (Setiyowati et al., 2023). Buffardi & Campbell (2008) menemukan bahwa individu dengan karakteristik narsistik yang lebih tinggi cenderung memperlihatkan presentasi diri yang lebih berorientasi pada promosi diri di media sosial. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa aktivitas menampilkan diri melalui Instagram tidak terlepas dari kemungkinan adanya kebutuhan untuk mendapatkan perhatian, kekaguman, dan pengakuan dari orang lain.

Salah satu perilaku yang relevan untuk dikaji dalam konteks tersebut adalah kecenderungan perilaku narsistik. Raskin & Terry (1988) menjelaskan narsistik memiliki sejumlah karakteristik, seperti perasaan superioritas, kebutuhan untuk dikagumi, keinginan menjadi pusat perhatian, serta harapan memperoleh perlakuan khusus. Dalam penelitian ini, kecenderungan perilaku narsistik merujuk pada kecenderungan individu memperlihatkan karakteristik tersebut dan tidak dimaksudkan sebagai diagnosis gangguan kepribadian narsistik. Karakteristik ini dapat ditunjukkan melalui perilaku yang mengutamakan kelebihan diri, memperlihatkan keberhasilan pribadi, serta mengharapkan perhatian dan apresiasi terhadap penampilan maupun aktivitas yang ditampilkan (Harahap, 2021). Pada penggunaan Instagram, kecenderungan tersebut dapat tercermin dari cara individu membangun tampilan diri yang dianggap ideal dan memperhatikan tanggapan orang lain terhadap konten yang dibagikannya.

Remaja merupakan kelompok yang relevan dalam kajian kecenderungan perilaku narsistik karena berada dalam tahap perkembangan yang ditandai oleh pencarian identitas diri dan meningkatnya perhatian terhadap penerimaan sosial (Netrawati et al., 2018). Hurlock (1997) menjelaskan bahwa remaja akhir berada pada rentang usia sekitar 18–21 tahun dan mulai memasuki masa peralihan menuju kedewasaan. Dalam proses tersebut, pandangan maupun tanggapan orang lain dapat turut memengaruhi pembentukan pemahaman individu mengenai

dirinya. Asiah et al., (2018) mengemukakan bahwa karakteristik kecenderungan perilaku narsistik juga dapat dijumpai pada remaja, termasuk dalam aktivitas mereka di media sosial. Keinginan untuk mendapatkan perhatian dan apresiasi dari lingkungan dapat berkaitan dengan cara individu mengevaluasi serta menghargai dirinya. Atas dasar itu, pembahasan mengenai kecenderungan perilaku narsistik pada pengguna Instagram perlu memperhatikan faktor psikologis yang berhubungan dengan cara individu menilai dirinya sendiri, salah satunya adalah *self-esteem*.

Salah satu faktor psikologis yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsistik adalah harga diri atau *self-esteem*. Coopersmith (1967) mendefinisikan *self-esteem* sebagai penilaian individu terhadap dirinya yang berkaitan dengan penerimaan atau penolakan diri serta keyakinan mengenai kemampuan, keberartian, keberhasilan, dan nilai yang dimilikinya. Individu yang mempunyai *self-esteem* sehat dapat menerima dan menghargai dirinya tanpa harus terus-menerus mengharapkan penilaian positif dari pihak luar (Mruk, 2006). Sebaliknya, ketergantungan terhadap apresiasi orang lain dapat membuat individu lebih mengutamakan tanggapan eksternal dalam membangun perasaan berharga. Raskin & Terry (1988) menjelaskan bahwa karakteristik narsistik berkaitan dengan kebutuhan untuk memperoleh pengakuan dan mempertahankan pandangan positif mengenai diri. Hal tersebut memperlihatkan bahwa *self-esteem* menjadi salah satu aspek penting yang dapat diteliti untuk memahami keterkaitannya dengan kecenderungan perilaku narsistik, terutama pada individu yang aktif menggunakan Instagram.

Hubungan antara *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik telah menjadi perhatian dalam sejumlah penelitian terdahulu. Raskin, Novacek, & Hogan (1991) mengkaji hubungan antara harga diri dan karakteristik narsistik, sedangkan Mehdizadeh (2010) mengkaji narsistik, *self-esteem*, dan aktivitas promosi diri pada Facebook. Penelitian Dewi & Ibrahim (2019) juga menemukan adanya hubungan antara *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik. Meskipun demikian, hubungan kedua variabel tersebut perlu dipahami secara cermat karena temuan teoretis mengenai harga diri pada individu dengan karakteristik narsistik tidak selalu menunjukkan pola yang sama. Baumeister, Campbell, Krueger, & Vohs, (2003) menjelaskan bahwa individu dengan karakteristik narsistik dapat memiliki harga diri yang tinggi, tetapi pada saat yang sama tetap membutuhkan pengakuan dari orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat harga diri yang tinggi tidak secara langsung meniadakan kemungkinan munculnya kecenderungan perilaku narsistik. Oleh sebab itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik, khususnya pada individu yang menggunakan Instagram.

Fenomena tersebut juga ditemukan dalam pengamatan awal terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang pada 1 September 2025. Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap tujuh mahasiswa, ditemukan bahwa mereka cenderung selektif dalam mengunggah konten Instagram, memilih foto yang dianggap paling baik, menggunakan filter, serta menampilkan momen tertentu yang dinilai menarik. Beberapa mahasiswa juga mengungkapkan adanya keinginan untuk memperoleh respons positif dari pengguna lain dan kecenderungan menghapus atau mengarsipkan unggahan ketika tanggapan yang diterima tidak sesuai harapan. Fenomena tersebut dapat menggambarkan salah satu aspek kecenderungan perilaku narsistik, yaitu *superiority* (keunggulan) (Raskin & Terry, 1988). Aspek ini berkaitan dengan pandangan individu bahwa dirinya lebih unggul dibandingkan orang lain, yang dalam penggunaan Instagram dapat terlihat melalui upaya menonjolkan kelebihan diri. Perilaku tersebut dapat dikaji dalam kaitannya dengan *self-esteem*, karena cara individu menampilkan keunggulan dirinya dapat berkaitan dengan upaya mempertahankan pandangan positif terhadap keberhargaan dirinya.

Berdasarkan kajian teoretis dan fenomena awal tersebut, penelitian mengenai hubungan *self-esteem* dengan kecenderungan perilaku narsistik pada pengguna Instagram menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa program sarjana Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang angkatan 2024 yang aktif menggunakan Instagram. Pemilihan kelompok tersebut memberikan konteks yang lebih spesifik untuk memahami keterkaitan kedua variabel pada individu yang berada dalam tahap remaja akhir peralihan menuju dewasa dan menggunakan media sosial Instagram dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga relevan untuk memperkaya pemahaman mengenai faktor psikologis yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsistik, khususnya dalam konteks penggunaan Instagram. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional yang bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik, serta menguji hubungan antara keduanya pada mahasiswa program sarjana Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang angkatan 2024 yang aktif menggunakan Instagram.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menganalisis hubungan antara *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik pada mahasiswa pengguna Instagram. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menjelaskan fakta serta keterkaitan antarfenomena secara objektif melalui data yang dapat diukur (Nazir, 2011). Adapun penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel melalui analisis korelasi maupun prosedur statistik lainnya (Emzir, 2012). Adapun penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel melalui analisis korelasi maupun prosedur statistik lainnya (Emzir, 2012). Hal ini sejalan dengan pendapat Yusuf (2014) bahwa penelitian korelasional dilakukan untuk mengungkap hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau beberapa variabel dalam suatu penelitian.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif program sarjana Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang angkatan 2024 pada semester Januari–Juni 2026, yang berjumlah 759 mahasiswa dari tujuh program studi. Populasi diartikan sebagai seluruh unsur penelitian yang mempunyai karakteristik sesuai dengan kebutuhan penelitian, termasuk keseluruhan data yang menjadi sasaran pengamatan peneliti berdasarkan batasan ruang lingkup dan waktu tertentu (Asrulla et al., 2023; Suriani & Jailani, 2023). Dari populasi tersebut, diperoleh sampel sebanyak 262 mahasiswa dengan menerapkan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5% (Yusuf, 2014). Penentuan sampel menggunakan teknik *proportional random sampling*, yakni pemilihan anggota sampel secara acak berdasarkan perbandingan jumlah anggota pada masing-masing kelompok dalam populasi (Machali, 2021).

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup yang mencakup dua instrumen, yakni skala *self-esteem* dan skala kecenderungan perilaku narsistik. Kuesioner merupakan salah satu cara memperoleh data dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun secara sistematis kepada responden (Daruhadi & Sopiati, 2024). Dalam penerapannya, responden diminta menentukan jawaban atas setiap pernyataan tertulis sesuai dengan tingkat kesesuaian yang menggambarkan keadaan dirinya (Wahyuni, 2022; Simamora, 2022). Masing-masing instrumen menyediakan empat pilihan respons, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh gambaran mengenai tingkat *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang angkatan 2024 yang aktif menggunakan Instagram. Hasil penelitian tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. *Self-esteem*

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan instrumen *self-esteem* yang memuat 23 item pernyataan dan melibatkan 262 responden, diketahui sebaran tingkat *self-esteem* mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang angkatan 2024 yang aktif menggunakan Instagram. Rincian hasil pengelompokan tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Tingkat Self-esteem Secara Keseluruhan

Kategori	Interval	f	%
Sangat tinggi	≥ 79	23	8,78
Tinggi	65-78	40	15,27
Sedang	51-64	151	57,63
Rendah	37-50	48	18,32
Sangat rendah	≤ 36	0	0,00
Jumlah		262	100%

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas mahasiswa memiliki *self-esteem* pada kategori sedang, yaitu sebanyak 151 mahasiswa (57,63%). Selanjutnya, sebanyak 48 mahasiswa (18,32%) berada pada kategori rendah, 40 mahasiswa (15,27%) pada kategori tinggi, dan 23 mahasiswa (8,78%) pada kategori sangat tinggi, sedangkan tidak terdapat mahasiswa pada kategori sangat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa *self-esteem* mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang secara umum berada pada kategori sedang yang menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki penilaian yang cukup positif terhadap dirinya sebagai pribadi yang mampu, berarti, dan berharga. Individu yang mempunyai *self-esteem* baik umumnya dapat menerima serta menghargai dirinya sendiri (Shafiyyah et al., 2025). Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keluarga, akademik, dukungan sosial, psikologis, dan faktor lainnya (Virginia et al., 2025).

Keluarga yang mampu memberikan perhatian, dukungan, serta menjalin komunikasi secara positif turut berperan dalam menumbuhkan pandangan diri yang baik pada individu (Nikmarijal & Ifdil, 2014). Selain itu, aspek psikologis juga memiliki keterkaitan dengan tingkat *self-esteem* serta cara individu memberikan penilaian terhadap dirinya (Ariyanti & Purwoko, 2023). Adapun gambaran skor rata-rata capaian *self-esteem* berdasarkan masing-masing aspek pada mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Deskripsi Skor Rata-rata Capaian Self-esteem Setiap Sub Variabel

No.	Sub variabel	Skor							
		Ideal	Max	Min	Total	Mean	SD	% Mean	Ket.
1.	*Power*	24	24	6	3474	13	4	55	Sedang
2.	*Significance*	24	24	10	4478	17	3	71	Tinggi
3.	*Virtue*	24	24	11	4453	17	3	71	Tinggi
4.	*Competence*	20	20	8	3367	13	3	64	Sedang

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa capaian tertinggi berada pada sub variabel *significance* dan *virtue* dengan persentase 71% yang tergolong tinggi. Pada aspek *significance* yang berada pada kategori sedang, mahasiswa cukup merasakan penerimaan, perhatian, dan kasih sayang dari orang lain, tetapi perasaan tersebut belum sepenuhnya kuat. Penerimaan dari teman sebaya dan lingkungan sosial dapat dapat memberikan perasaan diterima serta dihargai, sedangkan persepsi kurangnya penerimaan sosial dapat berkaitan dengan rendahnya penilaian individu terhadap keberartian dirinya (Vanhalst et al., 2013). Dengan demikian, aspek *significance* menunjukkan bahwa penerimaan, perhatian, dan kasih sayang dari lingkungan sosial berperan dalam membentuk perasaan mahasiswa bahwa dirinya dihargai dan memiliki arti bagi orang lain.

Sedangkan capaian skor terendah berada pada sub variabel *power* dengan persentase 55% berada pada kategori sedang. Pada aspek *power*, kategori sedang menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan yang cukup dalam memengaruhi dan mengendalikan orang lain. Temuan ini sejalan dengan (Kwal & Fleshler, 1973) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara *self-esteem*, pola kepemimpinan, dan keterlibatan individu dalam kelompok. Dengan demikian, aspek *power* menggambarkan bahwa mahasiswa telah memiliki kemampuan yang cukup untuk menunjukkan pengaruh dan mengendalikan perilakunya dalam lingkungan sosial.

Kecenderungan perilaku narsistik

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan instrumen kecenderungan perilaku narsistik yang memuat 23 item pernyataan dan melibatkan 262 responden, diketahui sebaran tingkat kecenderungan perilaku narsistik mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang angkatan 2024 yang aktif menggunakan Instagram. Rincian hasil pengelompokan tersebut disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Tingkat Kecenderungan Perilaku Narsistik Secara Keseluruhan

Kategori	Interval	f	%
Sangat tinggi	≥ 79	41	15,65
Tinggi	65-78	82	31,30
Sedang	51-64	94	35,88
Rendah	37-50	42	16,03
Sangat rendah	≤ 36	3	1,15
Jumlah		262	100%

Berdasarkan Tabel 3, kecenderungan perilaku narsistik mahasiswa paling banyak berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 94 mahasiswa (35,88%). Selanjutnya, sebanyak 82 mahasiswa (31,30%) berada pada kategori tinggi, 42 mahasiswa (16,03%) pada kategori rendah, 41 mahasiswa (15,65%) pada kategori sangat tinggi, dan 3 mahasiswa (1,15%) pada kategori sangat rendah. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa kecenderungan perilaku narsistik mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang secara umum berada pada kategori sedang yang menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan untuk memandang dirinya sebagai pribadi yang memiliki kelebihan serta membutuhkan pengakuan dan kekaguman dari orang lain, tetapi karakteristik tersebut belum terlihat secara kuat pada keseluruhan mahasiswa. Tingkat kecenderungan tersebut dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis, di antaranya *self-esteem, self-control, loneliness, self-acceptance*, citra diri, *subjective well-being*, tipe kepribadian, dan *fear of missing out* (FOMO). *Self-esteem* menjadi salah satu faktor yang dapat berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsistik (Raskin et al., 1991). Individu dengan

self-esteem yang kurang stabil dapat lebih membutuhkan pengakuan dari lingkungan untuk mempertahankan penilaian positif terhadap dirinya, sehingga lebih mudah menunjukkan perilaku yang bertujuan memperoleh perhatian atau validasi sosial (Raskin & Terry, 1988). Kemudian gambaran skor rata-rata capaian kecenderungan perilaku narsistik berdasarkan masing-masing aspek pada mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Deskripsi Skor Rata-rata Capaian Kecenderungan Perilaku Narsistik Setiap Sub Variabel

No.	Sub variabel	Skor							
		Ideal	Max	Min	Total	Mean	SD	% Mean	Ket.
1.	Authority (3)	12	12	3	2072	8	2	66	Sedang
2.	Self-sufficiency (3)	12	12	3	2224	8	2	71	Tinggi
3.	Superiority (2)	8	8	2	1521	6	1	73	Tinggi
4.	Exhibitionism (3)	12	12	3	2102	8	2	67	Sedang
5.	Exploitativeness (3)	12	12	3	2089	8	2	67	Sedang
6.	Vanity (6)	24	24	8	4456	17	3	71	Tinggi
7.	Entitlement (3)	12	12	3	2166	8	2	69	Sedang

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa capaian tertinggi berada pada sub variabel *superiority* dengan persentase 73% yang tergolong sangat tinggi. Aspek *superiority* menggambarkan pandangan individu yang menganggap dirinya mempunyai kedudukan atau kemampuan lebih dibandingkan orang lain (Raskin & Terry, 1988). Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa cukup sering memberikan penilaian positif terhadap dirinya dan memandang dirinya memiliki kelebihan tertentu dibandingkan orang lain. Dengan demikian, tingginya *superiority* menunjukkan bahwa perasaan lebih unggul dibandingkan orang lain menjadi salah satu karakteristik kecenderungan perilaku narsistik yang menonjol pada mahasiswa.

Sedangkan capaian skor terendah berada pada sub variabel *authority* dengan persentase 66% yang tergolong sedang. Aspek *authority* merujuk pada kecenderungan individu untuk memiliki kekuasaan serta kemampuan dalam memberikan pengaruh terhadap orang lain (Raskin & Terry, 1988). Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya dalam mengambil peran dan memengaruhi lingkungan, tetapi kecenderungan tersebut belum terlalu dominan. Dengan demikian, kategori sedang menunjukkan bahwa kecenderungan mahasiswa untuk memperoleh kekuasaan atau pengaruh terhadap orang lain sudah cukup terlihat.

Hubungan *Self-Esteem* Dengan Kecenderungan Perilaku Narsistik Pada Mahasiswa Pengguna Instagram

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan korelasi *Spearman's rho* karena hasil uji normalitas *Kolmogorov–Smirnov* menunjukkan bahwa data kedua variabel tidak berdistribusi normal, dengan nilai signifikansi masing-masing $p < 0{,}001$. Hasil pengujian korelasi antara *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Korelasi antara Self-esteem dengan Kecenderungan Perilaku Narsistik

			Self-esteem	Kecenderungan perilaku narsistik
Spearman's rho	***Self-esteem***	**Correlation coefficient**	1.000	-0,509***
		Sig. (2-tailed)		< 0,001
		N	262	262
	Kecenderungan perilaku narsistik	**Correlation coefficient**	-0,509***	1.000
		Sig. (2-tailed)	< 0,001	
		N	262	

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh koefisien korelasi sebesar −0,509 dengan nilai signifikansi p < 0,001. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan dengan kekuatan hubungan pada kategori sedang antara *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik. Artinya semakin tinggi *self-esteem*, semakin rendah kecenderungan perilaku narsistik. Sebaliknya, semakin rendah *self-esteem* maka semakin tinggi kecenderungan perilaku narsistik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mehdizadeh (2010) yang menemukan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah dan tingkat narsisme tinggi lebih banyak melakukan aktivitas serta menampilkan promosi diri melalui media sosial. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Dewi & Ibrahim (2019) serta Margaretha & Soetjinigsih (2022) yang mengungkapkan adanya hubungan negatif antara *self-esteem* dan narsisme pada pengguna Instagram. Kesamaan temuan tersebut semakin memperkuat hasil penelitian ini bahwa penilaian individu terhadap dirinya memiliki keterkaitan dengan kecenderungan perilaku narsistik. Individu yang mampu menerima dan menghargai dirinya sendiri umumnya tidak terlalu bergantung pada perhatian dan kekaguman orang lain untuk membangun penilaian positif terhadap dirinya (Islamiah et al., 2015). Sebaliknya, rendahnya *self-esteem* dapat berkaitan dengan kebutuhan yang lebih besar untuk memperoleh pengakuan dan menunjukkan keunggulan diri di hadapan orang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang melibatkan 262 mahasiswa program sarjana Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang, diketahui bahwa tingkat *self-esteem* dan kecenderungan perilaku narsistik mahasiswa secara keseluruhan termasuk dalam kategori sedang. Hasil pengujian korelasi memperlihatkan adanya hubungan negatif yang signifikan dengan tingkat keeratan sedang antara kedua variabel tersebut. Artinya, semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki mahasiswa, semakin rendah kecenderungan perilaku narsistiknya. Sebaliknya, semakin rendah *self-esteem*, semakin tinggi kecenderungan perilaku narsistik mahasiswa. Temuan ini menunjukkan pentingnya mengembangkan penilaian dan penerimaan diri yang positif serta menggunakan media sosial secara bijaksana agar mahasiswa tidak menjadikan pengakuan dari orang lain sebagai satu-satunya dasar dalam menilai keberhargaan dirinya.

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaksanaan layanan bimbingan dan konseling di perguruan tinggi untuk mendukung pengembangan *self-esteem* dan pengelolaan penggunaan media sosial. Layanan informasi, bimbingan kelompok, konseling

individual, dan penguasaan konten dapat diberikan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa untuk meningkatkan penerimaan diri, keyakinan terhadap kemampuan pribadi, serta kesadaran dalam menampilkan perilaku di media sosial (Fitri & Ridwan, 2024; Wololi et al., 2025). Mahasiswa diharapkan mampu mengenali kelebihan dan keterbatasan diri secara realistis serta tidak bergantung secara berlebihan pada penilaian orang lain. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsistik, memperluas karakteristik subjek dan jumlah sampel, serta mengkaji konteks penggunaan media sosial yang berbeda agar pemahaman mengenai hubungan *self-esteem* dengan kecenderungan perilaku narsistik semakin luas.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyanti, V., & Purwoko, B. (2023). Faktor–faktor yang Memengaruhi Self-esteem Remaja: Literature review. *Teraputik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, *6*(3), 362–368.

Asiah, N., Taufik, & Firman. (2018). Hubungan Self Control Dengan Kecenderungan Narsistik Siswa Pengguna Jejaring Sosial Instagram di SMP Negeri 2 Padang. *Jurnal Neo Konseling*, *1*(1), 1–7.

Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 26320–26332.

Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does High Self-esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, *4*(1), 1–44.

Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *34*(10), 1303–1314.

Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-esteem*. New York: W. H. Freeman and Company

Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *Metode Pengumpulan Data Penelitian*, *3*(5), 5423–5443.

Dewi, C. G., & Ibrahim, Y. (2019). Hubungan Self-esteem (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial Instagram pada Siswa SMA. *Jurnal Neo Konseling*, *1*(2), 1–7.

Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisi Data*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Fitri, R. L., & Ridwan, A. (2024). Pendidikan Akhlak di Era Digital: Pengaruh konten Islami di Instagram Terhadap Pembentukan Karakter Remaja dalam Perspektif Sosial. *Social Studies in Education*, *2*(2), 157–172.

Harahap, N. . (2021). Pencegahan Kecenderungan Narsistik Melalui Kontrol Diri. *Bimbingan, Jurnal Islam, Konseling Jurnal, Web*, *3*(2), 311–324.

Hurlock, E. B. (1997). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

Islamiah, N., Daengsari, D. P., & Hartiani, F. (2015). Cognitive Behavior Therapy untuk Meningkatkan Self-esteem pada Anak Usia Sekolah. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, *8*(3), 142–152.

Kwal, T., & Fleshler, H. (1973). The Influence of Self-esteem on Emergent Leadership Patterns. *Communication Education*, *22*(2), 100–106.

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif).* Yogyakarta: UIN Sunan

Kalijaga.
Margaretha, O., & Soetjinigsih, C. H. (2022). Self-esteem dengan Narsistik Pada Remaja yang Hobi Foto Selfie Menggunakan Filter Instagram. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, *13*(1), 31–39.
Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *13*(4), 357–364.
Mruk, C. J. (2006). *Self-Esteem Research, Theory, and Practice: Toward a Positive Psychology of Self-Esteem*. New York: Springer Publishing Company.
Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
Netrawati, N., Khairani, K., & Karneli, Y. (2018). Upaya Guru BK untuk Mengentaskan Masalah-Masalah Perkembangan Remaja dengan Pendekatan Konseling Analisis Transaksiona. *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, *2*(1), 79–90.
Nikmarijal, N., & Ifdil, I. (2014). Urgensi Peranan Keluarga Bagi Perkembangan Self-esteem Remaja. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, *2*(2), 19–24.
Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, *8*(1), 51–65.
Raskin, R., Novacek, I., & Hogan, R. (1991). Narcissism, Self-Esteem, and Defensive Self-Enhancement. *Journal of Personality*, *59*, 19–38.
Raskin, R., & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, *54*(5), 890–902.
Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-Online*, *6*(4), 1–12.
Setiyowati, A. J., Putri, F. E., & Hotifah, Y. (2023). Analisis Konformitas Teman Sebaya dan Kesepian Dengan Perilaku Narsistik Siswa SMA Pengguna Tiktok. *Nusantara of Research: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian Universitas Nusantara PGRI Kediri*, *10*(1), 39–53.
Shafiyyah, M. R., Dina, D., Reptinasari, D., & Muna, N. R. (2025). Teknik Cognitive Restructuring Sebagai Upaya Meningkatkan Self-esteem Pada Siswa. *Jurnal Al-Taujih: Bingkai Bimbingan Dan Konseling Islami*, *11*(2), 153–158.
Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, *12*(1), 84–93.
Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 24–36.
Syaharani, N. (2024). Hubungan antara Self-esteem dengan Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Remaja Pengguna Tik Tok di Kelurahan Sirantau Kota Tanjung Balai. *Skripsi*. Medan: Universitas Medan Area.
Vanhalst, J., Luyckx, K., Scholte, R. H., Engels, R. C., & Goossens, L. (2013). Low Self-esteem as a Risk Factor for Loneliness in Adolescence: Perceived-but Not Actual-social Acceptance as an Underlying Mechanism. *Journal of Abnormal Child Psychology*, *41*(7), 1067–1081.
Virginia, A. D., Lisiswanti, R., & Wahyuni, A. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Self-esteem pada Mahasiswa : Tinjauan Pustaka Factors Associated with Self-esteem in College Students : A Literature Review. *Medical Profession Journal of Lampung*, *14*(11), 2124–2127.

Wahyuni, F. R. (2022). Hubungan antara Harga Diri dan Kecenderungan Perilaku Narsistik Pengguna Instagram Pada Dewasa Awal. *Skripsi*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.

Wololi, Y. L., Nurwahyuni, N., Puswiartika, D., & Fitriani, D. (2025). Efforts to Improve Student Self-Esteem Through Group Guidance in Junior High School. *Journal of Educational Sciences*, *9*(6), 6121–6129.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan).* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.