YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854

Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v5i6.8534

HUBUNGAN ANTARA *NARCISSISTIC TRAIT* DAN PERILAKU *SELF-PRESENTATION* DI INSTAGRAM PADA DEWASA MUDA

The Relationship between Narcissistic Traits and Self-Presentation Behavior on Instagram Among Emerging Adults

Kezia Alexandra Emor & Ninawati
Universitas Tarumanagara
kezia.705220173@stu.untar.ac.id; ninawati@fpsi.untar.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Nov 17, 2025	Dec 10, 2025	Dec 22, 2025	Dec 27, 2025

Abstract

This study examines the transformation of instructional media from traditional to digital methods as an important phenomenon in education in line with the increasing use of technology in learning processes. It aims to analyze the shift from traditional to digital learning media and to evaluate its impact on student engagement and learning outcomes at the lower secondary school level. The study employed a mixed-methods approach with an exploratory case study design at a junior high school in Medan, involving 50 students and 15 teachers selected through purposive sampling. Quantitative data were collected using structured questionnaires and analyzed through linear regression, while qualitative data were obtained via semi-structured interviews and analyzed using thematic analysis. The findings indicate that 85% of students were more engaged in digital learning than in traditional learning, with an average test score increase of 25%, and 80% of students reported being more motivated to learn through the use of digital media. However, approximately 15% of students experienced difficulties in accessing the internet, which negatively affected their motivation and learning engagement. These results suggest that although digital media make a positive

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

contribution to student learning outcomes, the success of their implementation is strongly influenced by the availability and quality of supporting infrastructure. The study underscores the importance of a balanced integration between traditional and digital learning media to enhance instructional effectiveness in the digital era.

Keywords: Digital Learning Media; Traditional Learning Media; Learning Outcomes; Student Engagement; Educational Transformation

Abstrak: Penggunaan Instagram sebagai media ekspresi diri semakin dominan di kalangan dewasa muda dan memunculkan ketertarikan akademik terkait faktor kepribadian yang memengaruhinya. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara *narcissistic trait* dan perilaku *self-presentation* di Instagram pada dewasa muda. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasional dengan 305 partisipan berusia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram, diperoleh melalui teknik *convenience sampling*. Pengukuran dilakukan menggunakan NPI-16 dan POSSA, kemudian dianalisis dengan uji Spearman's rho. Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat hubungan signifikan antara *narcissistic trait* dan perilaku *self-presentation* di Instagram ($r = 0{,}004$; $p = 0{,}941$). Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku *self-presentation* di Instagram pada dewasa muda tidak terutama dipengaruhi oleh sifat narsistik, melainkan berpotensi dipengaruhi faktor lain di luar lingkup penelitian, seperti kebutuhan sosial, karakteristik lingkungan digital, atau tujuan penggunaan media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi studi lanjutan terkait perilaku pengguna media sosial, khususnya dalam mengidentifikasi variabel psikologis dan konteks digital lain yang berkaitan dengan pola *self-presentation*.

Kata Kunci: *Narcissistic Trait*; *Self-Presentation*; Instagram; Dewasa Muda; Perilaku Pengguna Media Sosial

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi fenomena dominan yang secara fundamental membentuk lanskap interaksi sosial dan ekspresi identitas di kalangan dewasa muda pada era digital ini. Lebih dari sekadar sarana komunikasi, platform visual ini berfungsi sebagai panggung utama bagi individu untuk melakukan presentasi diri (*self-presentation*), sebuah proses strategis untuk membentuk dan mengelola kesan yang diinginkan. Dalam konteks ini, muncul ketertarikan akademis yang signifikan pada bagaimana karakteristik kepribadian tertentu, seperti sifat narsistik *(narcissistic trait*), memengaruhi dan termanifestasi dalam perilaku presentasi diri ini. Sifat narsistik, yang secara klinis dicirikan oleh pola grandiositas, kebutuhan akan kekaguman yang berlebihan, serta kurangnya empati, secara teoretis mendorong individu untuk secara aktif mencari perhatian dan validasi eksternal (Diantofa & Irsyadunnas, 2025). Dinamika ini sangat relevan dengan interaksi di lingkungan daring yang memfasilitasi visibilitas dan umpan balik instan. Memahami interkoneksi kompleks antara aspek kepribadian ini dan strategi presentasi diri di lingkungan

digital menjadi krusial untuk mengurai kompleksitas pembentukan identitas daring di tengah arus informasi modern.

Instagram memberikan peluang bagi individu dengan perilaku narsistik untuk menampilkan versi ideal dari diri mereka yang terkurasi (Santoso et al., 2025). Sebagai contoh, individu cenderung mengunggah lebih banyak mengunggah foto diri, memperbarui status secara rutin, dan memantau respons audiens secara saksama untuk mengukur tingkat validasi yang mereka terima. Proses ini membentuk sebuah lingkaran umpan balik, di mana perilaku *self-presentation* yang intensif memancing pujian dan kekaguman, yang pada gilirannya memperkuat dan memelihara sifat narsistik tersebut.

Individu dengan sifat narsistik memiliki kebutuhan yang mendalam akan kekaguman, perhatian, dan validasi eksternal (Juliandini et al., 2025; Santoso, 2025). Individu termotivasi untuk menampilkan diri mereka dalam hal yang paling menguntungkan, seringkali dengan membesar-besarkan prestasi atau daya tarik mereka.

Media sosial, dan Instagram secara spesifik, menyediakan wadah yang sangat cocok bagi individu dengan perilaku narsistik untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Pratiwi, 2024; Setyawan, 2022). Desain platform Instagram yang berfokus pada konten visual, kemudahan *editing* foto dan video, serta sistem umpan balik instan (*likes*, komentar, *followers*) menciptakan lingkungan yang ideal bagi mereka untuk melakukan *self-presentation* yang terkontrol dan idealistik (Azhari, 2024). Individu dapat dengan cermat memilih dan mengkurasi gambar atau video yang menampilkan citra diri yang sempurna, gaya hidup yang glamor, atau pencapaian yang mengesankan, yang semuanya bertujuan untuk menarik perhatian dan pujian dari audiens mereka.

Sejumlah studi telah mengindikasikan bahwa media sosial menyediakan sarana bagi ekspresi narsisme. Penelitian awal oleh Buffardi dan Campbell menemukan korelasi positif antara narsisme dan frekuensi *posting*. Penelitian oleh (Campbell & McCain, 2017) menunjukkan bahwa narsisme grandiosa memprediksi frekuensi pembaruan status dan jumlah *selfie* yang diunggah di media sosial. Secara spesifik untuk Instagram, Carpenter menyoroti bagaimana platform visual ini memfasilitasi presentasi diri yang ideal dan seringkali disempurnakan, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi individu yang ingin menampilkan citra diri yang positif dan menarik perhatian. (Rozika & Ramdhani, 2016) menjelaskan bahwa *online self-presentation* dapat diprediksi dari *body image* dan harga diri,

menunjukkan bahwa tingkat *body image* yang dimiliki individu dapat memprediksi presentasi diri yang akan dilakukan di media sosial.

Laporan (Meltwater, 2024) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 119 juta pengguna Instagram aktif, dengan mayoritas berada dalam rentang usia dewasa muda. Laporan yang sama juga mencatat bahwa rata-rata pengguna di Indonesia menghabiskan sekitar 2 jam dan 17 menit per hari untuk menggunakan Instagram, setara dengan sekitar 16 jam per minggu, menggarisbawahi tingkat keterlibatan yang tinggi (Meltwater, 2024). Angka ini mencerminkan tingginya tingkat keterlibatan (*engagement*) pengguna, baik pasif maupun aktif. Oleh karena itu, meskipun pengguna menghabiskan waktu lebih lama dengan hanya menonton konten dan pengguna yang aktif membuat konten selama kurang lebih 2 jam tetap termasuk dalam kategori "pengguna aktif".

Menurut (Hanandha, 2023) bahwa semakin tinggi *body image* pada remaja, maka kesempatan mereka untuk memilih *online self-presentation* yang tidak sesuai dengan diri mereka akan semakin rendah. Individu dengan sifat narsistik cenderung menggunakan media sosial untuk kebutuhan akan perhatian dan penguatan diri, yang termanifestasi dalam unggahan konten yang dirancang untuk menarik validasi eksternal. Untuk memperkuat relevansi penelitian ini, telah dilakukan wawancara dengan beberapa dewasa muda yang aktif di Instagram. Secara umum, hasil wawancara menunjukkan adanya isu nyata terkait tekanan untuk menampilkan citra diri yang sempurna. Beberapa narasumber mengaku secara rutin mengedit foto, menggunakan *filter*, dan memilih konten tertentu untuk diunggah agar sesuai dengan standar kecantikan atau gaya hidup yang mereka inginkan. Pengalaman ini sering kali didorong oleh harapan untuk mendapatkan validasi, baik dalam bentuk *likes* maupun komentar, dari pengikutnya.

Penelitian empiris secara konsisten menunjukkan korelasi positif antara narsisme dan berbagai perilaku *self-presentation* di media sosial. Misalnya, studi oleh Carpenter, 2012 menemukan bahwa narsisme berhubungan positif dengan frekuensi *update* status yang bersifat *self-promoting*. Demikian pula, (Fox & Rooney, 2015) menunjukkan bahwa individu dengan skor narsisme yang lebih tinggi cenderung mengunggah lebih banyak *selfie* dan menghabiskan lebih banyak waktu di platform yang berpusat pada citra. Perilaku *self-presentation* seperti *self-promotion* dan *ingratiation* dapat menjadi strategi yang sering digunakan oleh individu narsistik untuk memanipulasi kesan orang lain demi keuntungan pribadi atau untuk mempertahankan pandangan superioritas diri.

Pada dewasa muda, fase *emerging adulthood* ditandai dengan eksplorasi identitas yang intens dan pencarian validasi sosial (Widiastuti et al., 2025; Srinikasari et al., 2025; Nita & Marsha, 2025). Dalam konteks ini, sifat narsistik mungkin memperkuat kecenderungan mereka untuk secara aktif dan strategis terlibat dalam *self-presentation* di Instagram. Bagi dewasa muda dengan perilaku narsistik, Instagram bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga alat untuk membangun dan mempertahankan citra diri yang ideal, mencari kekaguman, serta menegaskan eksistensi dan "keunikan" mereka di tengah lingkaran sosial yang luas. Intensitas penggunaan dan jenis konten yang dibagikan oleh individu narsistik di Instagram kemungkinan besar akan mencerminkan upaya mereka untuk terus memelihara citra diri yang besar dan menarik pujian

Sebuah studi terbaru yang melibatkan 715 dewasa muda di Arab Saudi (Muyidi, 2025) menemukan bahwa peningkatan durasi penggunaan media sosial berkaitan erat dengan intensitas penggunaan berbagai strategi presentasi diri. Penelitian ini menunjukkan bahwa dewasa muda seringkali merasakan dorongan dan tekanan signifikan untuk menampilkan citra diri yang ideal di media sosial, yang berpotensi memicu tekanan psikologis seperti kecemasan dan rendah diri, terutama ketika harapan tidak terpenuhi (Cahya et al., 2023). (Anderson et al., 2023) juga mengindikasikan adanya dorongan sosial yang kuat yang mungkin berinteraksi dengan kecenderungan narsistik. Temuan-temuan ini menjadikan penyelidikan lebih lanjut tentang hubungan antara narsisme dan presentasi diri di Instagram sangat relevan secara akademis dan praktis, mengingat implikasinya terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan digital dewasa muda.

Meskipun terdapat bukti awal tentang hubungan antara narsisme dan penggunaan media sosial, serta penelitian yang mengeksplorasi presentasi diri di platform digital, masih terdapat celah signifikan dalam pemahaman komprehensif mengenai bagaimana berbagai dimensi sifat narsistik seperti narsisme grandiosa yang ditandai dengan superioritas dan dominasi, versus narsisme rentan yang lebih sensitif terhadap kritik dan *insecurity* Miller et al., 2011 dan Pincus et al., 2009 secara spesifik memengaruhi strategi dan frekuensi presentasi diri di Instagram pada populasi dewasa muda. Banyak penelitian sebelumnya cenderung memperlakukan narsisme sebagai konstruk tunggal atau tidak secara eksplisit mempertimbangkan karakteristik unik Instagram sebagai platform visual.

Selain itu, belum banyak studi kuantitatif mendalam yang secara eksplisit mengkaji bagaimana fitur-fitur unik Instagram, seperti penggunaan *filter*, *editing* foto, atau fitur *story*,

memfasilitasi atau bahkan memprovokasi ekspresi narsistik dalam presentasi diri. Mekanisme psikologis yang mendasari hubungan ini, serta variabel-variabel yang mungkin memediasi atau memoderasinya, masih kurang dieksplorasi secara kuantitatif**.** Misalnya, peran kebutuhan akan validasi sosial atau kecemasan citra tubuh sebagai mediator. Keterbatasan ini mengindikasikan perlunya pendekatan yang lebih terperinci dan terfokus pada karakteristik unik Instagram dan interaksinya dengan spektrum sifat narsistik dalam membentuk perilaku presentasi diri.

Berdasarkan latar belakang dan celah penelitian yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara *narcissistic trait* dan perilaku *self-presentation* pada dewasa muda. Penelitian ini akan menganalisis hubungan kuantitatif antara dimensi sifat narsistik dengan perilaku presentasi diri di Instagram. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah literatur akademis, mengidentifikasi mekanisme psikologis yang mendasari interaksi ini, serta memberikan implikasi relevan bagi kesehatan mental dewasa muda dan dinamika perilaku digital kontemporer.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara *narcissistic trait* dan perilaku *self-presentation* di Instagram pada dewasa muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif-korelasional, yang bertujuan untuk menguji hubungan serta pengaruh antarvariabel secara objektif dan terukur. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara sistematis melalui data numerik dan analisis statistik inferensial (Creswell, 2018; Sugiyono, 2021). Partisipan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh lebih representatif (Sugiyono, 2021). Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan, guna memastikan ketepatan dan konsistensi pengukuran (Hair et al., 2019). Pengumpulan data dilakukan secara daring dalam kurun waktu kurang lebih dua hingga tiga bulan, yang mencakup tahap penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, serta verifikasi data responden. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan analisis statistik inferensial, seperti uji korelasi dan regresi linier, dengan

bantuan perangkat lunak statistik untuk menguji hipotesis penelitian dan menarik kesimpulan secara ilmiah (Field, 2018).

HASIL

Analisis Data Utama

1. Uji Asumsi

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data pada variabel *Narcissistic Trait* dan *Self-Presentation* berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S Test) dengan Tingkat signifikasi sebesar 0,05. Interpretasi hasil uji didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan memenuhi asumsi distribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, data dianggap tidak mengikuti distribusi normal. Berdasarkan hasil analisis terhadap 305 partisipan, diperoleh nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.000 pada kedua variabel. Nilai ini lebih kecil dari batas signifikansi 0.05, sehingga menunjukkan bahwa data variabel *Narcissistic Trait* dan *Self-Presentation* tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Distribusi Data
Narcissistic Trait	0.000 (<0,05)	Tidak Normal
Self-Presentation	0.000 (<0,05)	Tidak Normal

2. Analisis Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji korelasi *Spearman's Rho* karena data pada kedua variabel tidak berdistribusi normal. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi antara n*arcissistic trait* dan *self-presentation* di Instagram sebesar 0.004. Koefisien ini bernilai positif, yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara kedua variabel bersifat searah, meskipun dengan kekuatan hubungan yang sangat lemah.

Namun demikian, nilai signifikansi yang diperoleh adalah p = 0.941, yang jauh lebih besar daripada tingkat signifikansi 0.05. Dengan demikian, hubungan yang teridentifikasi tidak signifikan secara statistik. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan positif antara kedua variablel tidak dapat diterima. Dengan kata lain, berdasarkan data penelitian ini, tingkat sifat narsistik pada partisipan tidak berkaitan secara bermakna dengan tingkat perilaku presentasi diri yang mereka lakukan di Instagram. Hasil ini mengindikasikan bahwa perilaku *self-presentation* pada partisipan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar sifat narsistik.

Tabel 2. Uji Hipotesis

Variabel	Spearman's rho	Sig. (p)
Narcissistic Trait	0.004	.941
Self-Presentation		

Analisis Data Tambahan

1. Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin

Uji beda dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat *narcissistic trait* dan *self-presentation* antara partisipan laki-laki dan Perempuan. Analisis data menggunakan uji *Mann-Whitney U* dengan tingkat signifikasi 0,05.

Berdasarkan hasil analisis, variabel *Narcissistic Trait* menunjukkan nilai mean rank laki-laki sebesar 154.51 dan perempuan sebesar 152.31. Kemudian, nilai Z = -0.313, dan nilai signifikansi p = 0.755. Karena nilai p lebih besar dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat *narcissistic trait* antara laki-laki dan perempuan.

Pada variabel *Self-Presentation*, diperoleh nilai mean rank laki-laki sebesar 153.61 dan perempuan sebesar 152.72. Kemudian, nilai Z = -0.82, dan nilai signifikansi p = 0.935. Nilai signifikansi yang jauh melebihi batas 0.05 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam perilaku *self-presentation* di Instagram antara laki-laki dan perempuan. Secara keseluruhan, hasil uji *Mann-Whitney U* mengindikasikan bahwa jenis kelamin tidak memiliki pengaruh yang bermakna terhadap kedua variabel penelitian, baik pada tingkat *narcissistic trait* maupun pada perilaku *self-presentation*.

Tabel 3. Hasil Uji Beda Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Mean		Mann-Whitney	Z	Sig.
	Laki-laki	Perempuan			
Narcissistic Trait	154.51	152.31	9887.500	-0.313	.755
Self-Presentation	153.61	152.72	9973.500	-0.082	.935

2. Uji Beda Berdasarkan Usia

Uji beda dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat *narcissistic trait* dan *self-presentation* antara partisipan berusia 18-20 tahun dan 21-25 tahun. Analisis data menggunakan uji *Mann-Whitney U* dengan tingkat signifikasi 0,05.

Hasil analisis data pada variabel *narcissistic trait* menunjukkan nilai Z = -1.820 dan signifikansi p = 0.069. Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05, hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat *narcissistic trait* antara partisipan usia 18–20 tahun dan 21–25 tahun. berdasarkan nilai *mean rank*, responden berusia 21–25 tahun memiliki peringkat rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan responden berusia 18–20 tahun, yang menunjukkan adanya kecenderungan narsistik yang lebih tinggi pada kelompok usia yang lebih tua.

Sedangkan, pada variabel *Self-Presentation*, diperoleh nilai Z = -1.064 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.287. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam perilaku self-presentation antara dua kelompok umur tersebut. Secara keseluruhan, hasil data mengindikasikan bahwa usia tidak membedakan tingkat *narcissistic trait*, namun terdapat perbedaan pada perilaku *self-presentation*, di mana individu pada usia 21–25 tahun lebih aktif menampilkan diri di Instagram dibandingkan partisipan yang berusia 18-20 tahun.

Tabel 4. Hasil Uji Beda Variabel Berdasarkan Usia

Variabel	Mean		Mann-Whitney	Z	Sig.
	18-20 tahun	21-25 tahun			
Narcissistic Trait	145.20	157.53	9934.500	-1.820	.069
Self-Presentation	145.97	157.08	10020.500	-1.064	.287

3. Uji Beda Berdasarkan Durasi Penggunaan Instagram Per Hari

Uji beda dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat *Narcissistic Trait* dan *Self-Presentation di Instagram* berdasarkan durasi penggunaan Instagram per hari. Analisis data menggunakan uji *Kruskal-Wallis H* dengan tingkat signifikasi 0,05.

Hasil uji pada variabel *Narcissistic Trait* menunjukkan nilai *Kruskal-Wallis H* = 25.757, dengan df = 2 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.000. Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0.05, hasil ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada *narcissistic trait* antara kelompok durasi penggunaan Instagram.

Sementara itu, hasil pada variabel *Self-Presentation* menunjukkan nilai *Kruskal-Wallis H* = 3.185, df = 2, dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.203. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam perilaku *self-presentation* berdasarkan durasi penggunaan Instagram. Dengan demikian, lama waktu penggunaan Instagram tidak berpengaruh bermakna terhadap tingkat *self-presentation* pada partisipan penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Beda Variabel Berdasarkan Durasi Penggunaan Instagram Per Hari

Durasi Per Hari	Mean	Kruskal-Wallis H	Df	Sig.
< 2 jam	238.41			
3-4 jam	148.50			
> 4 jam	150.96			
Narcissistic Trait		25.757	2	.000
< 2 jam	119.68			
3-4 jam	147.47			
> 4 jam	160.24			
Self-Presentation		3.185	2	.203

4. Uji Beda Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Instagram

Uji beda dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat *Narcissistic Trait* dan *Self-Presentation di* Instagram berdasarkan frekuensi menggunakan Instagram. Analisis data menggunakan uji *Kruskal-Wallis H* dengan tingkat signifikasi 0,05.

Hasil analisis pada variabel *Narcissistic Trait* menunjukkan nilai *Kruskal-Wallis H* = 2.021 dengan df = 2 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.364. Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05, hasil ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat *narcissistic trait* antara kelompok yang menggunakan Instagram setiap hari, tiga kali seminggu, maupun dua kali seminggu.

Pada variabel *Self-Presentation*, diperoleh nilai *Kruskal-Wallis H* = 1.259, df = 2, dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.533. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang juga lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam perilaku *self-presentation* berdasarkan frekuensi penggunaan Instagram. Dengan demikian, sering atau jarangnya seseorang membuka Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap skor kedua variabel pada partisipan penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji Beda Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Instagram

Frekuensi Per Hari	Mean	Kruskal-Wallis H	Df	Sig.
Setiap hari	152.31			
Tiga kali dalam seminggu	178.33			
Dua kali dalam seminggu	127.50			
Narcissistic Trait		2.021	2	.364
Setiap hari	153.80			
Tiga kali dalam seminggu	136.11			
Dua kali dalam seminggu	69.50			
Self-Presentation		1.259	2	.533

5. Hasil Uji Beda Variabel Berdasarkan Status

Uji beda dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan nilai *Narcissistic Trait* dan *Self-Presentation di Instagram* berdasarkan status partisipan. Analisis data menggunakan uji *Kruskal-Wallis H* dengan tingkat signifikasi 0,05.

Pada variabel *Narcissistic Trait*, hasil analisis menunjukkan nilai *Kruskal-Wallis H* = 6.721 dengan df = 3, dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.081. Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05, hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat *narcissistic trait* antar kategori status partisipan. Dengan demikian, status partisipan tidak berpengaruh terhadap tingkat *narcissistic trait*.

Sementara itu, pada variabel s*elf-presentation*, diperoleh nilai *Kruskal-Wallis H* = 1.512, df = 3, dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.679. Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam perilaku *self-presentation* berdasarkan status partisipan. Dengan kata lain, perbedaan status partisipan tidak memengaruhi tingkat kecenderungan mereka dalam melakukan *self-presentation* di Instagram.

Tabel 7. Hasil Uji Beda Variabel Berdasarkan Status Partisipan

Frekuensi Per Hari	**Mean**	**Kruskal-Wallis H**	**Df**	**Sig.**
Pelajar/Mahasiswa	144.08			
Bekerja penuh waktu	159.45			
Bekerja paruh waktu	159.76			
Ibu rumah tangga	173.25			
Narcissistic Trait		6.721	3	.081
Pelajar/Mahasiswa	147.51			
Bekerja penuh waktu	160.56			
Bekerja paruh waktu	154.59			
Ibu rumah tangga	141.20			
Self-Presentation		1.512	3	.679

6. Hasil Uji Beda Berdasarkan Jumlah Postingan di Instagram

Pada uji beda variabel ini, digunakan uji *Mann-Whitney U* untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan skor *Narcissistic Trait* dan *Self-Presentation di Instagram* berdasarkan jumlah postingan yang dimiliki partisipan, yaitu kategori kurang dari 2 postingan dan lebih dari 4 postingan.

Pada variabel *Narcissistic Trait*, hasil analisis menunjukkan nilai Z = -4.324 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.000. Karena nilai p lebih kecil dari 0.05, hasil ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat *narcissistic trait* antara partisipan dengan jumlah postingan kurang dari 2 dan mereka yang memiliki lebih dari 4 postingan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa jumlah postingan berkaitan dengan perbedaan tingkat *narcissistic trait* antar partisipan.

Pada variabel *Self-Presentation*, diperoleh nilai Z = -2.544, dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.011. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam perilaku *self-presentation* berdasarkan jumlah postingan. Dengan demikian, partisipan yang memiliki lebih banyak postingan cenderung menunjukkan perilaku *self-presentation* yang berbeda secara signifikan dibandingkan dengan partisipan yang hampir tidak memiliki postingan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa jumlah postingan di Instagram berpengaruh signifikan terhadap kedua variabel penelitian.

Tabel 8. Hasil Uji Beda Variabel Berdasarkan Jumlah Postingan di Instagram

Variabel	Mean		Mann-Whitney	Z	Sig.
	Kurang dari 2	Lebih dari 4			
Narcissistic Trait	194.22	148.17	3049.000	-4.324	.000
Self-Presentation	115.61	157.38	3171.500	-2.544	.011

PEMBAHASAN

Penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa *narcissistic trait* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku *self-presentation* di Instagram pada dewasa muda. Meskipun koefisien korelasi menunjukkan arah hubungan yang positif, nilai tersebut tidak signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa *self-presentation* bukanlah perilaku yang sepenuhnya ditentukan oleh sifat narsistik, melainkan merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh berbagai faktor lain.

Penelitian oleh (Arifah et al., 2023) menjelaskan bahwa perilaku *self-presentation* secara daring dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis seperti *self-esteem*, motivasi sosial, serta pola penggunaan media sosial. Dalam penelitiannya, narsisme memang memberikan kontribusi, tetapi bukan satu-satunya faktor penentu. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat narsisme rendah sekalipun tetap dapat melakukan *self-presentation* karena adanya motivasi sosial atau kebutuhan akan afiliasi.

Pengaruh narsisme terhadap *self-presentation* dapat dimediasi oleh variabel lain seperti *gratification sought*, kebutuhan validasi, serta valensi konten yang ditampilkan (Huang & Liu, 2020). Artinya, meskipun individu narsistik cenderung ingin menonjolkan diri, perilaku

tersebut tetap dipengaruhi oleh konteks sosial dan apa yang ingin mereka capai melalui platform media sosial. Hal ini dapat menjelaskan mengapa korelasi dalam penelitian ini bersifat positif, namun tidak cukup kuat untuk mencapai signifikansi statistik. Selain itu, (Fernández & Daimiel, 2024) menekankan bahwa *self-presentation* pada media sosial sangat dipengaruhi oleh norma sosial, konstruksi identitas, serta tekanan budaya, terutama pada kelompok usia muda.

Hasil analisis tambahan juga menunjukkan bahwa beberapa faktor demografis dan pola penggunaan Instagram memiliki pengaruh berbeda terhadap variabel penelitian. Umur, status partisipan, durasi penggunaan, dan jumlah postingan ditemukan berpengaruh signifikan terhadap salah satu atau kedua variabel, sedangkan frekuensi penggunaan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Temuan mengenai status partisipan dan kelompok usia menunjukkan pola yang saling berkaitan, baik pekerja penuh waktu maupun individu usia 21–25 tahun memiliki tuntutan sosial, kebutuhan identitas, serta aktivitas digital yang memungkinkan mereka untuk lebih aktif dalam struktur *self-presentation* dan cenderung menunjukkan karakteristik narsistik yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya.

Implikasi penelitian menunjukkan bahwa perilaku self-presentation di Instagram pada dewasa muda tidak semata-mata dipengaruhi oleh narcissistic trait, sehingga pemahaman mengenai perilaku pengguna media sosial perlu mempertimbangkan faktor psikologis dan kontekstual lain seperti tujuan penggunaan, kebutuhan afiliasi sosial, norma lingkungan digital, serta karakteristik fitur platform.

Keterbatasan penelitian yang terdapat pada penelitian ini. Pertama, penelitian menggunakan teknik *convenience sampling* sehingga partisipan yang terlibat hanya berasal dari responden yang mudah dijangkau dan bersedia berpartisipasi. Metode ini memiliki kelemahan dalam hal representativitas karena sampel yang diperoleh tidak sepenuhnya mencerminkan populasi yang lebih luas, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan secara optimal (Muyidi, 2025). Selain itu, penelitian hanya berfokus pada dua variable utama, yaitu *narcissistic trait* dan *self-presentation*, tanpa menggunakan variabel lain yang berpotensi berperan signifikan. Terakhir, data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner daring. Metode ini rentan terhadap bias subjektif seperti *social desirability bias*, yaitu kecenderungan peserta memberikan jawaban yang dianggap paling sesuai dan diterima secara sosial, bukan kondisi yang sebenarnya (Arifah et al., 2023). Kondisi ini dapat memengaruhi

keakuratan data terutama ketika menyangkut perilaku yang terkait dengan *self-presentation* di media sosial.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *self-presentation* di Instagram merupakan perilaku kompleks yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu aspek kepribadian seperti narsisme. Oleh karena itu, pemahaman mengenai perilaku representasi diri di media sosial memerlukan pendekatan multidimensional yang mempertimbangkan faktor kepribadian sekaligus faktor sosial dan situasional yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian mengenai hubungan antara *Narcissistic Trait* dan Perilaku *Self-Presentation* di Instagram pada dewasa muda ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut. Pertama, meskipun penelitian ini menemukan adanya arah hubungan yang positif yang sangat minimal antara sifat narsistik dan presentasi diri di Instagram, hubungan tersebut secara statistik tidak terbukti signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0.004$ dengan nilai signifikansi sebesar $p = 0.941$, yang mana nilai p jauh lebih besar dari 0.05.

Kontribusi penelitian terhadap ilmu pengetahuan terletak pada pengayaan literatur psikologi kepribadian dan psikologi media dengan memberikan temuan empiris bahwa hubungan antara narcissistic trait dan self-presentation di Instagram tidak selalu signifikan, khususnya pada konteks dewasa muda di Indonesia, sehingga menantang asumsi teoritis yang menggeneralisasi narsisme sebagai prediktor utama perilaku presentasi diri daring.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain penelitian yang lebih beragam seperti longitudinal atau mixed methods, melibatkan sampel yang lebih luas dan representatif, serta memasukkan variabel lain seperti self-esteem, kebutuhan validasi sosial, motivasi penggunaan media sosial, atau perbedaan jenis narsisme (grandiose dan vulnerable) agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika self-presentation di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, M., Faverio, M., & Gottfried, J. (2023, December 11). How we did this. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/

Arifah, P., Lestari Mikarsa, H., & Rahardjo, W. (2023). How emerging adults present themselves on social media: Online self-presentation influenced by self-esteem, narcissistic personality, and online privacy. *Journal of Psychology and Instruction, 7*(3), 114–122. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JoPaI/article/view/68195

Azhari, M. (2024). Self-Presenting Pada Instagram Dalam Perspektif Dramaturgi di Kalangan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat. *Huma: Jurnal Sosiologi, 3*(1), 64–76. https://doi.org/10.20527/h-js.v3i1.207

Cahya, M. N., Ningsih, W., & Lestari, A. (2023). Dampak Media Sosial terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja: Tinjauan Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada Kecemasan dan Depresi Remaja. *Jurnal Sosial Teknologi, 3*(8), 704–706.

Campbell, W. K., & McCain, J. (2017). Narcissism and social media.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Diantofa, Y., & Irsyadunnas, I. (2025). Mengurangi Perilaku Narcissistic Personality Disorder (NPD) dengan Metode Muhasabah. *AL-AMIYAH: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2*(2), 141–150. https://doi.org/10.71382/aa.v2i02.242

Fernández, E. M., & Daimiel, B. G. (2024). Explorando la Identidad Digital: Factores que influyen en la autopresentación de las mujeres de la Generación Z en TikTok. *SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review / Revista Internacional de Ciencias Sociales, 12*(2), 71–83. https://doi.org/10.62701/revsocial.v12.5420

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.

Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences, 76*, 161–165. https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Hanandha, T. S. (2023). *Hubungan antara Body Image dengan Self-Presentation di Media Sosial Instagram pada Remaja Putri*. BRKM.

Huang, L. V., & Liu, S. (2020). Presenting an ideal self on Weibo: The effects of narcissism and self-presentation valence on uses and gratifications. *Frontiers in Psychology, 11*, 1310. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01310

Juliandini, S. A., Mualim, M., & Ghifari, M. (2025). Kesombongan Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Psikologi Modern: Telaah Narcissistic Personality Disorder (NPD) dalam Tafsir Al-Manar terhadap QS. Luqman: 18. *Al-Bayan: Jurnal Ilmu al-Qur'an dan Hadist, 8*(2), 294–307. https://doi.org/10.35132/albayan.v8i2.1420

Meltwater, W. A. S. (2024). *Digital 2023 Global Overview Report*. DataReportal.

Muyidi, A. (2025). Exploring how social media usage shapes self-presentation strategies among Saudi young adults. *Frontiers in Psychology, 16*, Article 1562917. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1562917

Nita, D. E., & Marsha, G. C. (2025). Pengaruh Intolerance of Uncertainty terhadap Quarter Life Crisis: The Impact Intolerance of Uncertainty on Quarter Life Crisis. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan, 4*(3), 142–152. https://doi.org/10.57250/ajpp.v4i3.1433

Odyn, D. A. Z., El Karimah, K., & Nurfadila, F. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Representasi Emerging Adulthood dalam Film Barbie (2023). *Comdent: Communication Student Journal, 1*(2), 421–435. https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.53202

Pratiwi, I. (2024, August). Hubungan Antara Narsisme dan Perilaku Mengunggah di Media Sosial: Literatur Review. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 8, pp. 5345–5355).

Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Journal of Psychology, 2*(3), 172–183.

Santoso, A. (2025). *Manipulator Tersembunyi: Mengungkap Pikiran Narsistik, Sosiopat, dan Predator Emosional*. HGU Publishing.

Santoso, B., Pratiwi, T., Damayanti, E., & Manurung, A. S. (2025). Representasi Kehidupan Ideal dan Tekanan Sosial di Instagram: Terhadap Strategi Pencitraan Diri di Kalangan Anak Muda. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 2*(12). https://doi.org/10.5281/zenodo.15614949

Setyawan, F. A. (2022). *Hubungan Modernisasi dengan Perilaku Narsis di Media Sosial pada Emerging Adult* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].

Srinikasari, A., Pratama, F. F., & Selvia, N. (2025). Pengalaman Mahasiswa Bimbingan Konseling dalam Menghadapi Quarter Life Crisis: Studi Fenomenologi. *Jurnal Dimamu, 4*(3), 498–503. https://doi.org/10.32627/dimamu.v4i3.1493

Sugiyono, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Widiastuti, R., Saputra, D., Rizka, C. M., & Apriliana, N. F. (2025). Analisis Konten mengenai Pengalaman Emosional Emerging Adults terkait Ghosting pada Hubungan Romantis. *INQUIRY: Jurnal Ilmiah Psikologi, 16*(2), 57–81. https://journal.paramadina.ac.id/index.php/inquiry/article/view/1202