

KONTRIBUSI PENERIMAAN DIRI DAN TIPE KEPERIBADIAN NARSISTIK TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *PHOTOEDITOR*

Ester Hartawi, Zulmi Yusra
Universtitas Negeri Padang
e-mail:esterhartawi@gmail.com

Abstract: *Contribution self acceptance and narcissistic personality against photo editor usage.* This study aims to determine the contribution of self acceptance and narcissistic personality type against photo editor application usage. The subjects of this study are 66 high school students who are determined by accidental sampling technique. The kind of research that is used is a self acceptance scale, narcissistic personality type scale adapted from NPI 40, and photo editor application usage scale. Data processed using a Multiple Regression Analysis Statistics. The result showed that there is no correlation of self acceptance to the photo editor application usage and there is correlation of narcissistic personality type with photo editor application usage.

Keywords: *Self acceptance, narcissistic personality, photo editor application usage.*

Abstrak: **Kontribusi penerimaan diri dan tipe kepribadian narsistik terhadap penggunaan aplikasi *photo editor*.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi penerimaan diri dan tipe kepribadian narsistik terhadap penggunaan aplikasi *photo editor*. Populasi dari penelitian ini adalah 66 orang siswa SMA yang ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala penerimaan diri, tipe kepribadian narsistik yang diadaptasi dari NPI 40, dan skala penggunaan aplikasi *photo editor*. Data penelitian ini dianalisis menggunakan Statistik Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara penerimaan diri terhadap penggunaan aplikasi *photo editor* dan terdapat hubungan antara tipe kepribadian narsistik dengan penggunaan aplikasi *photo editor*.

Kata kunci: Penerimaan diri, tipe kepribadian narsistik, penggunaan aplikasi *photo editor*.

PENDAHULUAN

Penerimaan diri adalah suatu keadaan individu hidup bukan untuk membuktikan dimana individu menciptakan dunianya kepada siapapun tetapi untuk menjadi diri sendiri tanpa syarat dari orang lain, dimana mereka sendiri (Ellis dalam O'Kelly,

2013). Ketika individu memiliki keyakinan bahwa untuk mencintai diri sendiri tidak harus dicintai dan dihargai oleh orang lain berarti individu tersebut memiliki penerimaan diri yang baik (Putri dkk, 2013).

Penerimaan diri memiliki beberapa aspek yang terkandung di dalamnya, yaitu penilaian positif terhadap diri sendiri dan orang lain, respon atas penolakan dan kritikan, keseimbangan antara *real self* dan *ideal self*, lebih terbuka dan fleksibel dalam menjalankan hidup, serta penerimaan diri dan penerimaan orang lain. Kemudian juga terdapat faktor yang mempengaruhi penerimaan diri itu sendiri, yaitu pemahaman diri, harapan yang realistis, tidak hadirnya hambatan-hambatan dari lingkungan, tidak adanya tekanan emosi yang berat, sukses yang sering terjadi, dan konsep diri yang stabil.

Dizaman sekarang, banyak cara untuk membuktikan bahwa individu diterima oleh lingkungannya, salah satunya melalui media sosial (Dwinanto & Ismail, 2014). Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang menjadi ujung tombak sarana komunikasi, khususnya bagi para remaja.

Menurut survey *Global WebIndex*, instagram menjadi media sosial dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar dalam enam bulan terakhir. Jumlah pengguna aktif instagram melonjak 23% dari 130 juta pengguna pada Juni 2013 menjadi 150 juta per bulan pada kuartal

keempat tahun lalu (Endah & Ahmadi, 2015). Sistem sosial instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya (Khairunnisa, 2014).

Penggunaan instagram memungkinkan penggunaannya untuk melakukan banyak kegiatan yang dapat diabadikan melalui foto, dimana foto-foto tersebut dapat diunggah ke instagram dengan efek-efek yang dimiliki media sosial tersebut (Simatupang, 2015). Selain menggunakan efek-efek edit foto yang dimiliki instagram, banyak juga aplikasi pengedit foto (*photo editor*). *Photo editor* adalah perangkat mengedit foto yang dilengkapi dengan segala jenis trik spesial, seperti bingkai, *sticker*, dan berbagai fitur pengeditan lainnya yang bisa diaplikasikan pada foto (Network Business Weekly, 2012). Atas dasar itu pengeditan foto sudah menjadi suatu kebiasaan sebelum diunggah ke dunia maya, seperti instagram.

Kebiasaan mengedit ini baik pada bagian wajah atau tubuh di foto berpotensi untuk merusak kepercayaan diri pada remaja dan dewasa muda. Kebiasaan ini membuat orang-orang berpikir bahwa mereka tidak memiliki kesempatan untuk terlihat indah di dunia nyata. Yang menjadi *concern* adalah

apabila perilaku ini beralih menjadi obsesi yang membahayakan (Hestianingsih, 2015).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Simatupang (2015) mengenai konsep diri positif dan negatif remaja yang melakukan *selfie* dan menggunakan instagram menunjukkan bahwa ketika mereka memiliki konsep diri positif mereka akan merasa percaya diri dengan penampilannya dan menerima diri mereka apa adanya. Namun, ketika mereka memiliki konsep diri negatif, mereka merasa tidak puas atau percaya diri dengan penampilan mereka. Sehingga mereka berupaya untuk menciptakan *image* yang baik dengan memperhatikan penampilan.

Berdasarkan penelitian Buffardi & Campbell (2008) dimana mereka menemukan para pengguna jejaring sosial seringkali menggugah foto dengan tujuan untuk mempromosikan diri dan kecantikan mereka melalui foto yang diunggah tersebut. Penelitian ini juga menemukan bahwa narsisme secara positif berhubungan dengan unsur kecantikan fotografi (foto profil), *self-promotion* dan *sexiness*.

Menurut Vazire, Rentflow, Naumann dan Gosling (2008), narsistik dapat ditampilkan melalui penampilan fisik seseorang, seperti pentingnya memperhatikan penampilan mereka, keinginan untuk menjadi pusat perhatian dan perubahan penampilan fisik dalam usaha pencarian status sosial. Penelitian yang mereka

lakukan menggunakan *full-body* foto untuk menilai apakah seseorang narsis atau tidak terbukti akurat. Adapun spek-aspek tipe kepribadian narsistik berdasarkan *Narcissistic Personality Inventory* (Raskin dan Terry, 1988) adalah *authority*, *self-sufficiency*, *superiority*, *exploitativeness*, *exhibitionism*, *vanity*, dan *entitlement*.

Berdasarkan fenomena dan teori yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang kontribusi penerimaan diri dan tipe kepribadian narsistik terhadap penggunaan aplikasi *photo editor* pada pengguna instagram.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan subjek sebanyak 66 orang siswa SMA. Peneliti menggunakan teknik *accidental sampling* untuk menentukan banyaknya subjek, adapun kriteria dari sampel adalah siswa SMA yang memiliki akun instagram dan menggunakan aplikasi *photo editor*.

Skala penerimaan diri disusun berdasarkan dari aspek-aspek penerimaan diri menurut Jersild (1985) yaitu penilaian positif terhadap diri sendiri dan orang lain, respon atas penolakan dan kritikan, keseimbangan antara *real self* dan *ideal self*, lebih terbuka dan fleksibel dalam menjalankan hidup, serta penerimaan diri dan penerimaan orang lain. Skala ini terdiri dari 62 aitem. Setelah dilakukan uji coba

dan uji validitas maka diperoleh 20 aitem yang gugur dan 42 aitem dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut reliabilitas skala penerimaan diri sebesar 0,914.

Skala tipe kepribadian narsistik diadaptasi berdasarkan *Narcissistic Personality Inventory*(NPI) (Raskin dan Terry, 1988) yang memiliki tujuh komponen yaitu *authority, self sufficiency, superiority, exhibitionism, exploitativeness, vanity, dan entitlement*. Skala ini terdiri dari 40 aitem. Setelah dilakukan uji coba dan uji validitas terdapat 16 aitem yang gugur, sehingga terdapat 24 aitem yang dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian ini, dengan reliabilitas sebesar 0,981.

Skala penggunaan aplikasi *photo editor* disusun berdasarkan fungsi-fungsi yang dimiliki oleh aplikasi *photo editor* yaitu edit foto, bingkai, memotong foto, *beauty filter*, serta *emoticon* dan *sticker*. Skala ini terdiri dari 10 aitem. Setelah dilakukan uji coba dan uji validitas, tidak terdapat aitem yang gugur. Maka reliabilitas skala penggunaan aplikasi *photo editor* sebesar 0,840.

Pelaksanaan penelitian ini subjek diminta untuk mengisi skala yang diberikan oleh peneliti. Dilakukan satu kali uji coba untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur. Uji coba dilakukan pada 65 siswa SMA. Selanjutnya penelitian dilakukan pada 66 siswa SMA. Setelah semua data diperoleh, kemudian dilakukan analisis data menggunakan metode analisis *multiple linier regression*, untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil kategorisasi penerimaan diri menunjukkan bahwa subjek penelitian memiliki penerimaan diri yang sedang mengarah ke tinggi, dan tidak ada subjek dengan penerimaan diri rendah. Kategorisasi tipe kepribadian narsistik menunjukkan kepribadian narsistik subjek berada pada kategori sedang dan tinggi, dan tidak ada subjek dengan kepribadian narsistik rendah. Kategorisasi penggunaan aplikasi *photo editor* menunjukkan penggunaan aplikasi *photo editor* subjek penelitian yang tinggi

Tabel 1. Kategorisasi Penerimaan Diri

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	Persentase
$(\mu+1,0\sigma) \leq X$	$126 \leq X$	Tinggi	27	40,91 %
$(\mu-1,0\sigma) \leq X < (\mu+1,0\sigma)$	$84 \leq X < 126$	Sedang	39	59,09 %
$X < (\mu-1,0\sigma)$	$X < 84$	Rendah	0	-
Total			66	100%

Tabel 2. Kategorisasi Tipe Kepribadian Narsistik

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	Persentase
$(\mu+1,0\sigma) \leq X$	$16 \leq X$	Tinggi	32	48,48%
$(\mu-1,0\sigma) \leq X < (\mu+1,0\sigma)$	$8 \leq X < 16$	Sedang	34	51,52%
$X < (\mu-1,0\sigma)$	$X < 8$	Rendah	0	-
Total			66	100%

Tabel 3. Kategorisasi Penggunaan Aplikasi *Photo Editor*

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	Persentase
$(\mu+1,0\sigma) \leq X$	$30 \leq X$	Tinggi	32	48,48 %
$(\mu-1,0\sigma) \leq X < (\mu+1,0\sigma)$	$20 \leq X < 30$	Sedang	13	19,70 %
$X < (\mu-1,0\sigma)$	$X < 20$	Rendah	21	31,82 %
Total			66	100%

Berdasarkan kategorisasi penerimaan diri per aspek, 3 aspek penerimaan diri berada pada kategori tinggi yaitu aspek penilaian positif terhadap diri sendiri dan orang lain, respon atas penolakan dan

kritikan, dan lebih fleksibel dalam menjalani hidup. Aspek lainnya yaitu aspek keseimbangan antara *real self* dan *ideal self* dan penerimaan diri dan penerimaan orang lain berada pada kategori sedang.

Tabel 4. Kategorisasi Penerimaan Diri per Aspek

Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
			F	(%)
Penilaian positif terhadap diri sendiri dan orang lain	$\chi < 14$	Rendah	2	3,03%
	$14 \leq \chi < 21$	Sedang	25	37,88%
	$21 \leq \chi$	Tinggi	39	59,09%
Jumlah			66	100%
Respon atas penolakan dan kritikan	$\chi < 18$	Rendah	0	0%
	$18 \leq \chi < 27$	Sedang	18	27,27%
	$27 \leq \chi$	Tinggi	48	72,73%
Jumlah			66	100%
Keseimbangan antara real self dan ideal self	$\chi < 20$	Rendah	0	0%
	$20 \leq \chi < 30$	Sedang	59	89,39%
	$30 \leq \chi$	Tinggi	7	10,61%
Jumlah			66	100%
Lebih terbuka dan fleksibel dalam menjalani hidup	$\chi < 8$	Rendah	0	0%
	$8 \leq \chi < 12$	Sedang	18	27,27%
	$12 \leq \chi$	Tinggi	48	72,73%
Jumlah			66	100%

Penerimaan diri dan penerimaan orang lain	$\chi < 24$	Rendah	0	0%
	$24 \leq \chi < 36$	Sedang	36	54,55%
	$36 \leq \chi$	Tinggi	30	45,45%
Jumlah			66	100%

Berdasarkan kategorisasi tipe kepribadian narsistik diperoleh hasil 4 aspek berada pada kategori sedang yaitu aspek *authority*, *exhibitionism*, *exploitative*, dan *entitlement*. Tiga aspek lainnya yaitu aspek *selfsufficiency*, *superiority*, dan *vanity* berada pada kategori tinggi.

Tabel 5. Kategorisasi Tipe Kepribadian Narsistik per Aspek

Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
			F	(%)
Authority	$\chi < 1$	Rendah	4	6,06%
	$1 \leq \chi < 3$	Sedang	36	54,55%
	$3 \leq \chi$	Tinggi	26	39,39%
Jumlah			66	100%
Self-sufficiency	$\chi < 1$	Rendah	0	0
	$1 \leq \chi < 2$	Sedang	12	18,18%
	$2 \leq \chi$	Tinggi	54	81,82%
Jumlah			66	100%
Superiority	$\chi < 2$	Rendah	7	10,61%
	$2 \leq \chi < 3$	Sedang	18	27,27%
	$3 \leq \chi$	Tinggi	41	62,12%
Jumlah			66	100%
Exhibitionism	$\chi < 1$	Rendah	0	0
	$1 \leq \chi < 3$	Sedang	36	54,55%
	$3 \leq \chi$	Tinggi	30	45,45%
Jumlah			66	100%
Exploitativeness	$\chi < 1$	Rendah	9	13,64%
	$1 \leq \chi < 3$	Sedang	49	74,24%
	$3 \leq \chi$	Tinggi	8	12,12%
Jumlah			66	100%
Vanity	$\chi < 1$	Rendah	2	3,03%
	$1 \leq \chi < 2$	Sedang	21	31,82%
	$2 \leq \chi$	Tinggi	43	65,15%
Jumlah			66	100%
Entitlement	$\chi < 1$	Rendah	7	10,61%
	$1 \leq \chi < 2$	Sedang	37	56,06%
	$2 \leq \chi$	Tinggi	22	33,33%
Jumlah			66	100%

Hasil uji normalitas menunjukkan penerimaan diri, tipe kepribadian narsistik, dan penggunaan aplikasi *photo editor* adalah normal dengan nilai $p > 0,05$. Hasil uji linearitas penggunaan aplikasi *photo editor* menunjukkan penerimaan diri dan tipe kepribadian narsistik linear dengan nilai $p > 0,05$.

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa nilai F sebesar 100,602 dan $p=0,000(p<0,01)$, yang berarti bahwa secara simultan, penerimaan dan tipe kepribadian narsistik mempengaruhi penggunaan aplikasi *photo editor* dan hipotesis pada penelitian ini diterima dimana X_1, X_2 berpengaruh terhadap Y.

Koefisien determinasi penelitian ini sebesar $R^2=0,762$ yang berarti bahwa penerimaan diri dan tipe kepribadian narsistik menyumbang pengaruh sebesar 76,2% terhadap penggunaan aplikasi *photo editor* pada pengguna Instagram. Sisanya 23,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Pembahasan

Penerimaan diri adalah suatu keadaan dimana individu menciptakan dunianya sendiri tanpa syarat dari orang lain, dimana individu hidup bukan untuk membuktikan kepada siapapun tetapi untuk menjadi diri mereka sendiri (Ellis dalam O'Kelly, 2013). Maka inti dari penerimaan diri adalah kemampuan individu untuk menerima

kekurangan dan kelebihan yang ada pada dirinya, serta memiliki kemauan untuk hidup dengan keadaan tersebut (Sari, 2002).

Individu yang dapat menerima keadaan dirinya dapat menghormati diri mereka sendiri, dapat menyadari sisi negatif dalam dirinya, dan mengetahui bagaimana untuk hidup bahagia dengan sisi negatif yang dimilikinya. Sebaliknya, orang yang mengalami kesulitan dalam penerimaan diri tidak menyukai karakteristik mereka sendiri, merasa diri mereka tidak berguna dan tidak percaya diri (Ceyhan & Ceyhan dalam Putri dkk, 2013).

Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa penerimaan diri tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *photo editor*. Penelitian ini juga menemukan bahwa penerimaan diri tidak berkontribusi terhadap penggunaan aplikasi *photo editor*. Hal ini disebabkan oleh penerimaan diri yang dimiliki oleh subjek dalam penelitian ini mayoritas berada pada kategori tinggi dan kategori sedang. Tidak terdapat subjek penelitian dengan penerimaan diri yang rendah. Sedangkan seperti yang telah peneliti jelaskan pada latar belakang bahwa individu yang menggunakan aplikasi *photo editor* sebelum mengunggah foto ke media sosial adalah individu yang memiliki penerimaan diri rendah. Oleh karena itulah penelitian ini mendapatkan hasil bahwa

penerimaan diri tidak berkontribusi terhadap penggunaan aplikasi *photo editor*.

Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa tipe kepribadian narsistik memiliki kontribusi yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi *photo editor*. Hasil ini dapat dikaitkan dengan menggunakan aplikasi *photo editor* untuk memperbaiki dan mendapatkan penampilan yang lebih menunjang dalam foto

Hasil tersebut didukung dengan penelitian Buffardi & Campbell (2008), dimana mereka menemukan para pengguna jejaring sosial seringkali mengunggah foto dengan tujuan untuk mempromosikan diri dan kecantikan mereka melalui foto yang diunggah tersebut. Penelitian yang meneliti tentang narsisme dan media sosial ini menemukan bahwa narsisme berhubungan dengan aktivitas yang dilakukan dalam media sosial seseorang, yang dilihat dari jumlah teman dan jumlah *wallposts* yang ia miliki. Penelitian ini juga menemukan bahwa narsisme secara positif berhubungan dengan unsur kecantikan fotografi (foto profil), *self-promotion*, dan *sexiness*. Orang-orang yang narsis cenderung mempromosikan dirinya lebih banyak lewat kata-kata (melalui *update status*) dan menampilkan foto-foto yang seksi di media sosialnya.

Vazire, Rentflow, Naumann dan Gosling (2008), menyatakan bahwa narsistik dapat ditampilkan melalui bagaimana

seseorang memperhatikan penampilan fisiknya dan perubahan penampilan dalam usaha pencarian status sosial. Penelitian yang mereka lakukan menggunakan *full-body* foto untuk menilai apakah seseorang narsis atau tidak terbukti akurat. Foto merupakan sarana yang cukup informatif dalam melihat sisi narsistik seseorang. Orang-orang yang narsistik cenderung untuk menggunakan pakaian mahal dan gaya rambut yang mewah.

Penelitian yang dilakukan oleh Buffardi dan Campbell (2008) serta Vazire dkk (2008) ini sejalan dengan aitem yang terdapat dalam *Narcissistic Personality Inventory* (Raskin dan Terry, 1988) yang peneliti adaptasi di penelitian ini. Salah satu aitemnya menyatakan bahwa penampilan individu yang narsis akan mengikuti perkembangan *fashion* dan *mode* agar penampilannya selalu modis. Selain itu terdapat juga aitem yang menyebutkan bahwa orang yang narsis juga suka memamerkan penampilan atau tubuhnya.

Hasil penelitian dari Rahmanita, Lestari dan Fitriani (2014) menemukan bahwa di antara foto-foto yang ditampilkan pengguna instagram terdapat foto tentang penampilan, pakaian atau aksesoris yang dikenakan, foto mengenai hasil/nilai tes terbaik yang mereka dapatkan, foto buku-buku ensiklopedia yang sedang dibaca, dan juga foto mengenai penghargaan atas keberhasilan yang ditujukan untuk

mendapatkan pujian dan pengakuan dari orang lain. Penelitian Rahmanita, Lestari, dan Fitriani ini sesuai dengan beberapa aitem-aitem *Narcissistic Personality Inventory* (Raskin dan Terry, 1988) yaitu pujian membuat saya merasa malu & saya senang dipuji, saya suka menjadi pusat perhatian & saya merasa tidak nyaman menjadi pusat perhatian.

Vazire dan Funder (2006) menyatakan bahwa individu yang narsis menunjukkan perilaku seperti pamer, menghina orang lain, berpikir bahwa kesuksesan yang diraihinya karena kemampuannya sendiri sedangkan kegagalan disebabkan oleh orang lain atau faktor lain di luar dirinya. Terdapat dua aitem dalam *Narcissistic Personality Inventory*(Raskin dan Terry, 1988) yang berhubungan dengan pamer, yaitu saya tidak suka pamer & saya suka pamer penampilan (tubuh) dan saya mencoba untuk tidak pamer & saya pamer jika saya memiliki kesempatan. Aitem yang berbunyi saya tahu saya hebat karena orang berkata begitu, saya lebih bisa dari orang lain, dan saya orang yang luar biasa sesuai dengan orang narsis yang berpikir bahwa kesuksesan yang diraihinya karena kemampuannya sendiri. Berpikir bahwa kegagalan disebabkan oleh orang lain atau faktor lain di luar dirinya ditunjukkan pada aitem dimana individu yang narsis lebih memilih untuk membela diri dibandingkan menerima konsekuensi dari perilakunya.

Berdasarkan kategorisasi tipe kepribadian narsistik per aspek, didapatkan hasil bahwa tiga puluh enam subjek berada di kategori sedang pada aspek *authority* yang berarti bahwa subjek-subjek tersebut memiliki keinginan untuk menjadi pemimpin dan ingin memiliki kekuasaan (Panek, Nardis & Konrath, 2013). Pada aspek *self-sufficiency* ada lima puluh empat subjek berada pada kategori tinggi yang berarti bahwa sebanyak subjek-subjek tersebut memiliki sifat kemandirian yang tinggi (Panek, Nardis & Konrath, 2013). Aspek *superiority* terdapat empat puluh satu subjek pada kategori tinggi yang berarti bahwa subjek-subjek tersebut merasa dirinya lebih baik daripada orang lain (Panek, Nardis & Konrath, 2013). Pada aspek *exhibitionism* terdapat tiga puluh enam subjek pada kategori sedang yang menunjukkan subjek-subjek tersebut memiliki sifat pamer, kurang memiliki control terhadap dorongan, dan suka mencari sensasi (Panek, Nardis & Konrath, 2013; Williams, Nathanson & Paulhus, 2010). Pada aspek *exploitativeness*, empat puluh sembilan subjek berada pada kategori sedang yang berarti bahwa subjek-subjek tersebut mudah untuk mengendalikan dan mengambil keuntungan dari orang lain (Konrath dkk, 2013). Aspek *vanity* memiliki empat puluh tiga subjek pada kategori tinggi yang berarti bahwa subjek-subjek tersebut memiliki ketertarikan dan fokus yang tinggi

terhadap penampilan dirinya sendiri (Panek, Nardis & Konrath, 2013; Vazire dkk, 2008). Pada aspek *entitlement* terdapat tiga puluh tujuh subjek yang berada pada kategori sedang, hal ini berarti bahwa subjek-subjek tersebut memiliki keinginan untuk diperlakukan secara spesial karena kemampuan atau kedudukan yang dimilikinya (Greenberger dkk, 2008; Zemotel-Piowtroska dkk, 2015).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas subjek dalam penelitian ini memiliki penggunaan aplikasi *photo editor* yang tinggi. Duggan & Smith (dalam Wickel, 2015) pada penelitiannya tentang pengguna Facebook mengemukakan bahwa sebagai jalan untuk mendapatkan jumlah *likes* yang banyak, para pengguna Facebook akan memaipulasi dan mengubah profil mereka. Apabila jumlah *likes* pada foto yang mereka unggah tidak sesuai harapan, mereka tidak segan-segan untuk menghapus fotonya. 59% subjek penelitiannya mengakui menghapus dan mengedit foto yang mereka unggah dan 45% menghapus foto-foto yang *ditag* pada mereka agar orang lain tidak bisa mengenali mereka (Wickel, 2015).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh hasil bahwa penerimaan diri dan tipe kepribadian

narsistik secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi *photo editor*. Penerimaan diri pada pengguna aplikasi *photo editor* berada pada kategori sedang, tipe kepribadian narsistik pada pengguna aplikasi *photo editor* berada pada kategori sedang, dan penggunaan aplikasi *photo editor* berada pada kategori tinggi.

Saran

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tipe kepribadian narsistik memiliki kontribusi yang tinggi pada siswa-siswa SMA yang memiliki akun instagram dan menggunakan aplikasi *photo editor*. Hal ini menunjukkan tingginya kepribadian narsistik yang dimiliki oleh para subjek. Peneliti berharap agar kepribadian narsistik yang ada pada masing-masing subjek dapat dikendalikan dengan baik agar dikemudian hari tidak berkembang menjadi gangguan kepribadian narsistik.
2. Bagi peneliti berikutnya yang akan meneliti topik yang sama, disarankan untuk melakukan teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner yang lebih personal terhadap respondennya dan memakai metode pengumpulan data lainnya seperti observasi dan wawancara

3. Peneliti selanjutnya disarankan juga untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap variabel-variabel lain yang mempengaruhi penggunaan aplikasi

photo editor yang tidak terdapat dalam penelitian ini, kemudian juga bisa mengambil data tambahan agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR RUJUKAN

- Buffardi, L. E. & Campbell, W.K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and social psychology bulletin*, 34 (10).
- Dwinanto, D., Ismail, A. (2014). Proposal penelitian kuantitatif: pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku remaja khususnya mahasiswa desain komunikasi visual stikom surabaya angkatan 2011. (*Skripsi diterbitkan*). STIKOM, Surabaya.
- Endah, R. N., Ahmadi, Dadi. (2015). Peranan media instagram dalam membuka bisnis *online shop*. *Prosiding Penelitian SPeSIA*.
- Greenberger, E., Lessard, J., Chen, C., Farruggia, S. P. (2008). Self entitled college students: contributions of personality, parenting, and motivational factors. *Journal of Youth Adolescence*, 37 (1193-1204).
- Hestianingsih. (2015). *Kebiasaan edit foto selfie jadi lebih cantik bisa picu gangguan mental*. Diakses pada Jum'at, 05 Februari 2016: <http://wolipop.detik.com/read/2015/02/10/182940/2829230/860/kebiasaan-edit-foto-ltigitselfieltigt-jadi-lebih-cantik-bisa-picu-gangguan-mental>
- Jersild, A. T. (1958). *The psychology of adolescence*. New York: Mc Milan Company.
- Khairunnisa. (2014). Dampak aplikasi instagram terhadap perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja *online* di kalangan siswa-siswi sma negeri 2 tenggarong. *eJurnal Ilmu Komunikasi*, 2(4).
- Konrath, S., Corcampbellreille, O., Bushman, J. B., Lumiren, O. (2013). The relationship between narcissistic exploitativeness dispositional empathy, and emotion recognition abilities. *Journal of Nonverbal Behavior*.
- Network Business Weekly. (2012). *Sony digital network applications inc: new year sale for android app "photo editor"*. Diakses pada 19 April 2016: <http://search.proquest.com/docview/917909493/9BAB437B783A407CPQ/33?accountid=62719>
- O'Kelly, M. (2013). *Self acceptance in women. in m. e. bernard, the strength of self-acceptance*. New York: Springer Heidelberg Dordrecht London.
- Panek, E. T., Nardis, Y., Konrath, S. (2013). Mirror or megaphone?: how relationships between narcissism and social networking site use differenciacy on facebook and twitter. *Computers in Human Behavior*, 29.
- Putri, dkk. (2013). Perbedaan *self acceptance* (penerimaan diri) pada anak panti asuhan ditinjau dari segi usia. *Proceeding PESAT*, 5.
- Rahmanita, Lestari, Fitriani. (2014). Perbedaan kecenderungan narsistik antara laki-laki dan perempuan pengguna jejaring sosial instagram.

(Skripsi diterbitkan). FISIP Universitas Brawijaya.

Raskin, R. N., & 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, 890-902.

Sari, E. P. (2002). Penerimaan diri pada lanjut usia ditinjau dari kematangan emosi. *Jurnal Psikologi*, 73-88.

Simatupang(2015). Fenomena selfie (*self portrait*) di instagram. *JOM FISIP*, 2 (1).

Vazire, S., Naumann, L. P., Rentfrow, P. J., Gosling, S. D. (2008). Portrait of a narcissist: manifestations of narcissism in physical appearance. *Journal of Research in Personality* 42, 1439-1447.

Vazire, S., Funder, D. C. (2006). Impulsivity and the self-defeating behavior of narcissists. *Personality and social psychology review*, 6 (2).

Wickel, TaylorM., (2015). Narcissism and social networking sites: the act of taking selfies. *The elon journal of undergraduate research in communications*, 6 (1).

Williams, K. M., Nathanson, C., Paulhus, D. L. (2010). Identifying and profiling scholastic cheaters: their personality, cognitive ability, and motivation. *Journal of experimental psychology*, 16 (3).

Zemotel-Piotrowska, M. A., et al. (2015). Psychological entitlement in 28 nations. *European journal of psychological assessment*