

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

Landasan konseptual adalah seperangkat definisi, konsep, serta proposisi yang telah disusun dengan rapi serta sistematis dan dapat memberikan cara untuk memandang segala permasalahan secara komprehensif, terpercaya, empiris dan dapat diuji, berikut landasan konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibutuhkan dalam penelitian bertujuan mengidentifikasi penelitian yang sejenis, sehingga dapat ditemukan perbedaan dan persamaan konsep penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang penulis pilih menjadi referensi dan rujukan yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siska Rahmawati pada tahun 2017 Jurusan Ilmu Komunikasi 2017, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang berjudul "Fenomena Pengguna Aplikasi *TikTok* Dikalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung" penelitian ini memfokuskan kajiannya terhadap Bagaimana Fenomena *TikTok* di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah fenomenologi, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan dan wawancara mendalam.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa motif penggunaan aplikasi *TikTok* dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan ialah bermacam-macam, seperti motif aplikasi *TikTok* itu sebagai hiburan, dan penggunaan aplikasi *TikTok* sebagai pengisi waktu luang. <http://repository.unpas.ac.id> (diunduh pada tanggal 28 mei 2022, pukul 21.00 WITA).

Perbedaannya, peneliti menggunakan metode penelitian fenomenologi, sedangkan penelitian yang sedang dikerjakan penulis yakni metode penelitian studi kasus.

Persamaannya dengan penelitian yang sedang dikerjakan penulis yakni sama-sama menggunakan teknis analisis data melalui pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, reduksi data, penyajian data, simpulan dan kredibilitas data diuji melalui triangulasi data.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Desy Oktaheriyani, dengan judul “Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *TikTok* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin). Fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *TikTok* yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data dikumpulkan dengan observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan Perilaku Komunikasi

Pengguna Media Sosial *TikTok* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin yaitu mereka menggunakan media sosial *TikTok* karena sedang *trend* di zaman sekarang. Berbagai macam fitur menarik terdapat pada media sosial *TikTok* sehingga dapat menghilangkan beban pikiran. Media sosial *TikTok* sering digunakan jauh dari keramaian sehingga kesempurnaan konten video pada media sosial *TikTok* adalah hal yang sangat penting. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id> (diunduh pada tanggal 28 Mei 2022, Pukul 21.00 WITA)

Perbedaannya, peneliti fokus meneliti Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *TikTok* yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin sedangkan yang sedang dikerjakan penulis yakni perilaku narsisme mahasiswa program studi administrasi publik angkatan 2019 sebagai pengguna media sosial *TikTok*. Sedangkan Persamaannya dengan penelitian yang sedang dikerjakan penulis yakni sama-sama menggunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif.

2.2 Komunikasi

2.2.1 Pengertian Etimologis Komunikasi

Secara etimologis kata “komunikasi” memiliki beberapa penafsiran, di antaranya adalah :

1. Secara etimologis, “komunikasi” berasal dari kata kerja bahasa latin, *communicare*, yang berarti memberitahukan, menyampaikan. *Communication* artinya hal memberitahukan; hal memberi bagian dalam;

pertukaran. *Communio* yang berarti hal bersama; hal mempunyai bersama; persekutuan; gabungan; persatuan; kehidupan bersama; ikut ambil bagian (Kamus Latin-Indonesia, K. Prent, dkk, 1969 : 156-157). Komunikasi berarti hal memberitahukan, menyampaikan sesuatu kepada yang lain agar semua anggota persekutuan (*communion*) sekurang-kurangnya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang sama tentang (isi) pesan tertentu.

2. Dalam arti lain, kata “komunikasi” dapat ditafsir berasal dari kata bahasa Latin dari preposisi *cum* artinya dengan, bersama, bersama dengan, beserta, beserta dengan (K. Prent, 1969: 207) dan kata bilangan *unus*, artinya satu, tunggal, *In unum*, artinya bersama; bersama-sama; sekaligus *Cum-unus*, artinya bersama-sama dengan satu (yang lain) menjadi sebuah kesatuan (K. Prent, 1969: 898), Sehingga komunikasi artinya usaha membangun kebersamaan yang bersifat korelatif dan relasional antara satu dengan yang lain.
3. Bisa juga dipertimbangkan kata “komunikasi” berasal dari kata *co* diturunkan dari kata *cum* artinya dengan, bersama, bersama dengan beserta; dan kata kerja, *munerare*, artinya memberitahukan, memberi petunjuk. *Munero (munus)*, artinya menganugerahkan, mengaruniakan, memberi. *Munus* artinya tugas; dinas; umum; kewajiban; *Alci alqd munire dare (mittere)*, artinya memberikan atau mengirim sesuatu sebagai hadiah atau persembahan (K. Prent, dkk, 1969: 552-553). Maka komunikasi artinya suatu kewajiban bersama, umum (semacam tugas, dinas bersama) untuk saling memberitahukan, memberi petunjuk dan mengirim sesuatu pesan

tertentu dari seseorang kepada yang lain dalam suatu lingkungan sosial tertentu (Saku Bouk, 2013: 9-10).

2.2.2 Pengertian Komunikasi

Menurut Wilbur Scharm (1955) Komunikasi merupakan tindakan melaksanakan kontak antara pengirim dan penerima pesan. Menurut Everret M. Rogers (1955), komunikasi adalah proses yang didalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirim dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk mengubah perilakunya (Saku Bouk, 2018: 4).

Menurut Harold D. Lasswell, ada tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi, karena beberapa alasan berikut :

1. Karena adanya hasrat manusia itu sendiri yang mendorongnya untuk mengontrol lingkungannya. Manusia memanfaatkan segala kesempatan yang didapatkan dalam mengembangkan kemampuan dirinya.
2. Upaya manusia untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Manusia hidup tentunya membutuhkan manusia lainnya untuk dapat menjalankan seluruh kehidupannya, itulah mengapa manusia perlu untuk beradaptasi dengan lingkungannya.
3. Upaya manusia untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Transformasi merupakan pertukaran dalam hal ini adalah pertukaran nilai, perilaku juga peranan. Ketiga fungsi ini merupakan patokan dasar bagi setiap individu untuk berkomunikasi dengan orang lain (Saku Bouk, 2012:155-156).

2.3 Komunikasi Antar Pribadi

2.3.1 Pengertian Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara individu dengan individu. Jadi komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang secara timbal balik. Sifat dari komunikasi interpersonal yaitu spontan, fleksibel, dialogs, dan informal (Saku Bouk, 2018: 8).

2.3.2 Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

1. mengungkapkan perhatian
2. mengenal dan menemukan diri
3. untuk mengenal dan menemukan dunia luas
4. untuk menjaga hubungan baik
5. untuk mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku
6. untuk mencari kesenangan dan mencari waktu luang
7. untuk mengharmoniskan komunikasi yang salah
8. untuk memberikan bantuan

2.4. Media Sosial *TikTok*

2.4.1 Pengertian Media Sosial *TikTok*

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dikutip dari Cahyono (2017) mendefinisikan media sosial sebagai “Sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” Salah satu bentuk media sosial yaitu aplikasi “TikTok”.

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi *TikTok* adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada september 2016 oleh Zhang Yeming. Aplikasi ini digunakan untuk mengunggah video mereka sendiri kemudian dibagikan pada pengguna aplikasi *TikTok* lainnya. Aplikasi ini berdurasi hanya 15 detik-3 menit. Selain itu juga aplikasi *TikTok* mampu membuat video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari dan menjalar ke semua kalangan Indonesia.

Dalam media sosial *TikTok* banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, *lipsync* dan lain-lain.

2.4.2 Fitur-fitur Media Sosial *TikTok*

1. *Backsound* Musik dan Suara

Saat membuat video tentunya memerlukan latar belakang yang mampu membuat video lebih menarik saat ditonton dan menciptakan *vibes* tersendiri. Karenanya guna mendukung video lebih menarik untuk ditonton. maka *TikTok* menyediakan fitur *backsound music* dan suara. Pilihan lagu di *TikTok* pun beragam dari berbagai *genre* yang bisa dipilih sesuai dengan keinginan serta cocok untuk

video yang dibuat , Pengguna juga bisa mengubah video yang dibuat ke dalam mode suara sehingga bisa diakses oleh akun *TikTok* lainnya. Tak hanya dijadikan pemanis dalam video ternyata penggunaan *backsound* musik dan suara di *TikTok* juga bisa membantu menaikkan konten yang dibuat. Hal ini dikarenakan seseorang bisa saja mencari rekomendasi lagu di kolom pencarian sehingga penggunaan musik yang berulang juga bisa membantu menaikkan video yang dibuat. Selain itu, jika seorang pengguna menyukai salah satu video dengan *backsound music* tertentu biasanya video lain yang menggunakan lagu tersebut akan masuk ke *FYP recommended* sehingga secara tak langsung video tersebut akan dilihat oleh banyak orang.

2. *Filter* Video

Guna mempercantik hasil video yang akan diunggah maka pengguna juga membutuhkan *filter* yang mampu untuk mengatur pencahayaan sehingga hasil video akan lebih baik. *TikTok* sendiri juga menyediakan fitur *filter* yang bisa digunakan pengguna untuk mempercantik video yang dibuat dan akan diunggah di *TikTok*. Berbagai pilihan *filter* yang beragam tentunya akan menghasilkan video yang unik dan menarik sehingga mudah menarik penonton untuk melihat akun pengguna. Tidak hanya menggunakan *filter* yang sudah disediakan namun pengguna juga bisa menggunakan *filter* dari pengguna lain yang sedang naik daun sehingga video yang di posting akan mendapatkan lebih banyak penonton.

3. *Sticker* dan Efek Video

Tidak hanya menggunakan *filter* untuk menambah keestetikan sebuah video namun pengguna juga bisa menambahkan berbagai macam pilihan *sticker*. Pada

kolom *sticker* sendiri terdapat beberapa pilihan *sticker* yang bisa digunakan untuk menambah interaksi dengan pengikut atau pengguna *TikTok* lainnya: *sticker* sebut, *sticker* tagar, *Sticker* tambah foto, *sticker* polling, *sticker* jawab, *sticker* Tanya.

4. *Voice Changer*

Beberapa pengguna *TikTok* biasanya mengubah suara yang dimiliki agar hasil video lebih bagus atau menjadikan suara video menjadi lebih unik sehingga membuat penonton tertawa dan tertarik untuk memberikan apresiasi berupa *likes* dan juga mengomentari video.

5. *Beautify*

Dengan menggunakan *filter* ini maka hasil video yang dihasilkan bisa lebih bagus. Pengguna juga bisa memanipulasi tampilan wajah sebelum diunggah.

<https://socialmediamarketer.id/tiktok/apa-itu-tiktok/> (diunduh pada tanggal 29 Mei 2022, pukul 20.00 WITA).

2.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial *TikTok*

Dalam penggunaan *TikTok* terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal yaitu:

- a. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, berlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

2.4.4 Dampak positif dan negatif dari media sosial *TikTok*

Dalam penggunaan aplikasi *TikTok* ini memiliki dampak positif yakni sebagai ajang hiburan, suatu seni, mengimplementasikan dan mengeksistensikan diri untuk memberikan kepuasan bagi dirinya maupun orang lain. Disamping itu juga adanya aplikasi *TikTok* ini dapat mengeluarkan serta menambah ide kreativitas dan bakat yang dimiliki misalnya seperti bernyanyi, *dubbing*, membuat konten-konten yang seru dan lucu yang unik sehingga dapat memotivasi menjadikan seseorang sebagai *influencer* seperti *tiktokers selebgram*, *youtuber* dan lain sebagainya. Aplikasi *TikTok* ini tidak hanya membawa dampak positif saja akan tetapi membawa dampak negatif juga khususnya bagi pengguna, yang disebabkan kurangnya konsep diri dari individu itu sendiri, misalnya dalam menggunakan pakaian yang seksi dan berjoget dengan goyang erotis dan tidak pantas untuk dilihat dan dilakukan. Ironisnya ada sebagian para mahasiswa juga yang mencoba untuk mengikuti hal tersebut. Hal ini dilakukan untuk menjadi pusat perhatian dan kesenangan semata.

2.5. Perilaku Narsisme

2.5.1 Pengertian Perilaku

Perilaku manusia merupakan hasil segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku ini merupakan respons/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar ataupun dari dalam dirinya. Perilaku adalah reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya. Arifin (2015)

menjelaskan bahwa umumnya perilaku dapat diramalkan jika kita mengetahui cara seseorang menangkap (mempersiapkan) situasi dan hal-hal yang penting baginya. Sebagian perilaku mungkin tidak tampak rasional bagi orang luar sehingga ada alasan untuk meyakinkan bahwa perilaku tersebut dimaksudkan agar rasional dan dianggap rasional oleh mereka. Seorang pengamat sering melihat perilaku sebagai tidak rasional karena tidak mempunyai akses pada informasi yang sama atau tidak mempersepsikan lingkungannya dengan cara yang sama. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Perilaku ini merupakan respons/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar ataupun dari dalam dirinya dan berbentuk macam-macam yang pada hakikatnya digolongkan menjadi dua yaitu bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau abstrak) dan bentuk aktif (dengan tindakan konkret). Pada dasarnya, perilaku dapat diamati melalui sikap dan tindakan juga dalam sikap potensial, yaitu dalam bentuk pengetahuan, motivasi dan persepsi.

2.5.2 Bentuk-bentuk Perilaku

Skinner dalam Arifin (2015) merumuskan bahwa perilaku merupakan respons atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar), oleh karena itu perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, kemudian organisme itu merespons. Dilihat dari bentuk respons terhadap stimulus, perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu sebagai berikut:

a. Perilaku Tertutup (Convert Behavior)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (convert). Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran, dan sikap yang terjadi pada penerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain. Oleh sebab itu, perilaku ini disebut convert behavior atau unobservable behavior.

b. Perilaku Terbuka (Overt Behavior)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respons terhadap stimulus tersebut jelas dalam tindakan atau praktik (practice), yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain. Oleh sebab itu, perilaku ini disebut overt behavior, tindakan nyata, atau praktik (practice).

2.5.3 Pengertian Narsisme

Freud (dalam Alwisol, 2011: 19) menjelaskan narsisme adalah cinta kepada diri sendiri, sehingga cinta yang dibarengi kecenderungan narsisme menjadi mementingkan diri sendiri. Sedangkan menurut Freud (dalam Gunawan, 2010: 35) mengungkapkan narcissism atau fase cinta pada diri sendiri atau fase ego formation (fase perhatian terhadap diri sendiri), orang yang narsis kagum terhadap dirinya sendiri, ia sering berdiri di depan kaca untuk memperhatikan kecantikannya atau kecakapannya. Santrock (2011: 437) menjelaskan narsisme adalah pendekatan terhadap orang lain yang berpusat pada diri (self-centered) dan memikirkan diri sendiri (selfconcerned). Biasanya pelaku narsisme tidak

menyadari keadaan aktual diri sendiri dan bagaimana orang lain memandangnya. Ketidaktahuan ini menimbulkan masalah penyesuaian pada mereka. Pelaku narsisme sangat berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna (self-congratulatory), serta memandang keinginan dan harapannya adalah hal yang penting.

Nevid, J, Rathus, S. & Greene B (2005: 283) menjelaskan orang dengan kepribadian narsime (narscissistic personality disorder) memiliki rasa bangga atau keyakinan yang berlebihan terhadap diri mereka sendiri dan kebutuhan yang ekstreem akan pemujaan. Mereka membesar-besarkan prestasi mereka dan berharap orang lain menghujani mereka dengan pujian. Mereka mengharapkan orang lain melihat kualitas khusus mereka, bahkan saat prestasi mereka biasa saja. Dan mereka menikmati bersantai dibawah sinar pemujaan, mereka kurang memiliki empati pada orang lain, ingin menjadi pusat perhatian, dan mereka memiliki pandangan yang jauh lebih membanggakan tentang diri mereka sendiri.

Kartono (2000: 64-65) narsisme adalah cinta diri yang ekstrim, menganggap diri sendiri sangat superior dan sangat penting, ada extreme self importancy. Perhatian yang sangat berlebihan kepada diri sendiri, dan kurang adanya perhatian pada orang lain. Jadi, menganggap diri sendiri paling pandai, paling cantik, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus, dan paling segalanya. Menurut Kaplan, dkk (1997: 260) orang dengan gangguan kepribadian narsisme ditandai oleh meningkatnya rasa kepentingan diri dan perasaan kebesaran yang unik. Orang dengan gangguan kepribadian narsisme memiliki perasaan kebesaran akan kepentingan dirinya. Mereka menganggap dirinya sendiri sebagai orang yang

khusus. Mereka menanggapi kritik secara buruk dan menjadi marah sekali jika ada orang yang berani mengkritik mereka, atau mereka mungkin tampak sama sekali acuh tak acuh terhadap kritik. Mereka tidak mampu menunjukkan empati, dan mereka berpura-pura simpati hanya untuk mencapai kepentingan mereka sendiri. Mereka senang memanfaatkan orang lain. Memiliki harga diri yang rapuh dan rentan terhadap depresi. Kesulitan dalam hubungan interpersonal.

Menurut Davison, dkk (2006: 586-587) orang-orang dengan gangguan kepribadian narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka, mereka terfokus dengan berbagai fantasi mengenai keberhasilan, mereka menghendaki perhatian dan pemujaan berlebihan dan yakin bahwa mereka adalah orang-orang yang istimewa, hubungan interpersonal mereka terhambat karena kurangnya empati, mempunyai perasaan iri dan arogansi serta memanfaatkan orang lain, merasa berhak mendapatkan segala sesuatu, tidak pernah berhenti mencari perhatian dan pemujaan, sangat sensitif terhadap kritik dan sangat takut pada kegagalan. Terkadang mereka mencari orang yang dapat mereka idealkan karena mereka merasa kecewa pada diri sendiri, namun secara umum mereka tidak mengizinkan siapa pun memiliki hubungan dekat yang tulus dengan mereka dan hubungan pribadi mereka hanya sedikit dan dangkal. Jadi, yang di maksud dengan narsisme adalah mencintai dan berpusat kepada diri sendiri, mementingkan diri sendiri kemudian bermanifestasi pada tingkaah lakunya. Orang yang narsisme meminta pengaguman dan pemujaan mengenai kehebatannya.

2.5.4 Ciri-ciri Perilaku Narsisme

Sigmund Freud dikutip dari Engkus (2017) menyatakan bahwa, seseorang disebut memiliki gangguan kepribadian narsistik bila memiliki sedikitnya lima dari sembilan tanda berikut:

1. Melebih-lebihkan prestasi dan bakatnya, merasa dirinya seorang yang hebat
2. Selalu membutuhkan kekaguman dan pujian orang lain
3. Berfantasi tentang kesuksesan, kecantikan, kekuasaan, dan ketenaran tanpa batas.
4. Menganggap diri istimewa dan unik sehingga hanya sudi bergaul dengan orang lain yang berstatus tinggi atau berhubungan dengan institusi yang berkelas
5. Merasa berhak untuk mendapatkan perlakuan istimewa atau orang lain harus selalu mengikuti kemauannya
6. Mengeksploitasi orang lain untuk mendapatkan apa yang dia inginkan
7. Tidak dapat mengenali atau berempati dengan perasaan dan kebutuhan orang lain
8. Selalu iri hati dengan kesuksesan dan kepemilikan orang lain
9. Berperilaku arogan, congkak, dan angkuh.

2.5.5 Penyebab Perilaku Narsisme

Penyebab perilaku narsisme dimana kecenderungan orang yang memiliki penghargaan diri tinggi merasa lebih bahagia dalam hidupnya dibandingkan

dengan orang yang memiliki penghargaan diri rendah. Orang-orang yang tinggal dalam konteks budaya individualistik, dimana lebih menekankan pada diri (self) rata-rata ditemukan penghargaan dirinya lebih tinggi memiliki kemampuan untuk mengenali dan mengontrol emosi. Sedangkan individu dengan penghargaan diri rendah cenderung memiliki gambaran dan emosi negatif dalam melihat dan mengatasi situasi. Individu ini lebih sering melakukan prasangka dan berbicara dengan pesan-pesan negatif. Individu dengan tingkat penghargaan diri tinggi relatif mempunyai resiko depresi yang rendah. William Schutz (dalam Yuliana 2019: 139) mengemukakan tentang kebutuhan antar pribadi yang berisi bahwa manusia mempunyai tiga kebutuhan antar pribadi. Dengan kata lain manusia sebagai makhluk sosial dimana manusia saling membutuhkan orang lain. Adapun tiga macam kebutuhan antar pribadi, adalah:

1. Kebutuhan Inklusi

Kebutuhan ini didasari oleh kesadaran pribadi yang ingin memiliki kepuasan tersendiri dengan berkontribusi penuh dalam interaksi kelompok. Dalam hal ini tingkah laku inklusi bertujuan untuk mencapai kepuasan individu itu sendiri.

2. Kebutuhan Kontrol

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan pribadi yang ingin mendapat kepuasan dengan cara mengendalikan/mengontrol dalam artian memimpin interaksi suatu kelompok. Dalam hal ini seseorang yang mampu bersikap dominan dalam bertindak laku.

3. Kebutuhan Afeksi

Kebutuhan ini diperlukan seseorang secara emosional untuk menciptakan hubungan di lingkungan sosial. Kebutuhan ini terjalin dari kedekatan dalam berinteraksi yang menciptakan cinta dan kasih sayang sebagai pemuas kebutuhannya dalam berinteraksi.

2.5.6 Aspek-aspek Perilaku Narsisme

Menurut Raskin dan Terry (1988) terdapat enam aspek kepribadian narsistik, yaitu :

1. Otoritas yaitu Individu dengan kecenderungan kepribadian narsistik akan lebih terlihat mendominasi dapat terlihat sebagai perannya yang lebih senang memimpin atau yang lebih sering mengambil keputusan sendiri dibandingkan dengan orang lain.
2. Kemandirian yaitu Individu ini merasa dirinya memiliki kemampuan diri yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Aspek ini juga sejalan dengan ketegasan, kemandirian, kepercayaan diri dan kebutuhan untuk berprestasi.
3. Superioritas yaitu Individu dengan kepribadian kecenderungan narsistik akan lebih memiliki perasaan bahwa dirinya yang paling baik, hebat dan sempurna.
4. Eksibisionisme yaitu Lebih sering memperlihatkan penampilan fisiknya supaya mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap identitas dirinya. Contohnya seperti seseorang kerap melakukan

foto selfie supaya dapat dilihat dan di sanjung oleh orang yang melihatnya.

5. Eksploitasi yaitu Dirinya akan menggunakan orang lain sebagai sarana untuk menaikkan harga dirinya. Seperti memandang rendah orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari orang lain.
6. Kesombongan yaitu Individu dengan kecenderungan narsistik kurang dapat menerima masukan atau sudut pandang dari orang lain terhadapnya atau dapat dikatakan bahwa dirinya memiliki sifat sombong, keras kepala atau angkuh.
7. Hak yaitu Dirinya akan lebih cenderung untuk memilih sesuai dengan kemauan dirinya tanpa memperhatikan lingkungan di sekitarnya meskipun itu akan membuatnya mendapat pertentangan dari orang sekitarnya.

2.5.7 Dampak Perilaku Narsisme

1. Mempunyai obsesi yang besar untuk tampil sempurna.
2. Dapat memecah konsentrasi saat belajar atau sedang melakukan aktivitas.
3. Respon negatif dari lingkungan sekitar sehingga menimbulkan kejahatan.
4. Menimbulkan rasa iri.
5. Krisis percaya diri.
6. Narsis berlebihan.
7. Banyak yang benci

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku narsis mempunyai dampak yang begitu signifikan bagi pelakunya dan itu dapat merugikan dirinya sendiri maupun orang lain. Para pelaku narsis biasanya ingin mendapatkan perhatian dan pujian dari orang lain sehingga lebih terkesan menyombongkan diri.

2.6 Teori Psikoanalisis (*psychoanalytic theory of personality*)

Teori yang digunakan yaitu teori psikoanalisis yang dipelopori Freud, dialah (Freud) orang yang pertama kali menggunakan istilah *narcissistic* untuk mendeskripsikan orang-orang yang menunjukkan bahwa dirinya orang penting secara berlebih-lebihan dan yang terkooptasi dengan keinginan mendapatkan perhatian. Fase yang dilalui semua anak sebelum menyalurkan cinta mereka dari diri mereka sendiri kepada *significant person*, sehingga anak terfiksasi pada fase narsistik. Narsistik merupakan reaksi asumsi untuk menghadapi masalah-masalah *self-worth* yang tidak realistis sebagai hasil dari penurunan dan evaluasi yang berlebihan dari orang-orang yang signifikan (Freud, 2002).

2.7 Mahasiswa

Mahasiswa adalah peserta didik yang belajar di sebuah Universitas atau perguruan tinggi. Mahasiswa juga disebut-sebut *agent of change* dalam kehidupan, sebagai generasi penerus, aksi mahasiswa dalam skala besar ternyata efektif untuk memberi pengaruh perubahan politik, mahasiswa secara tidak langsung sebagai kader penerus bangsa. Secara administratif, mahasiswa diambil dari dua kata, yaitu kata 'maha' dan 'siswa'. Maha memiliki makna ters yang bermakna lebih tinggi sekadar pelajar. Sebagai siswa terpelajar diartikan sebagai

seorang pelajar yang tidak hanya belajar secara akademik, tetapi seorang siswa yang memiliki inovasi, kreativitas tinggi dibidang tertentu.

Pengertian Mahasiswa Menurut Para Ahli:

1. Pendapat *Guardian of Value*

Guardian of value mengartikan mahasiswa sebagai upaya menuntut ilmu di jalur yang lebih tinggi, tentu saja seorang mahasiswa tidak hanya belajar secara akademik saja, tetapi juga belajar yang memiliki nilai-nilai yang kebenarannya mutlak.

2. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mahasiswa adalah seseorang yang belajar di perguruan tinggi. Berbeda dengan kata mahasiswa yang diartikan sebagai pelajar atau mahasiswa.

3. Menurut *Agent Of Change*

Berbeda lagi *Agent of Change*, bahwa mahasiswa sebagai penggerak. Mahasiswa sebagai model untuk mengubah arah, mengubah gagasan tertinggal menjadi maju, mengubah yang tidak berilmu menjadi berilmu.

4. Menurut Moral Force

Pengertian mahasiswa menurut Moral Force juga dapat diartikan sebagai seorang pelajar tingkat tinggi yang tidak sekedar berintelektual, tetapi juga moral yang baik. Realitanya, kini menjadi mahasiswa tidak menjamin seseorang bermoral baik.

<https://www.google.com/amp/s/penerbitbukudeepublish.com/pengertian-mahasiswa/amp/> (diunduh pada tanggal 29 mei 2022, pukul 20.00 WITA).