

Kepribadian Narsistik dan Perilaku *Hate Comment* Pengguna Media Sosial

Cantika Putri Nindita^{1*}, Ranadya Candra Kirana², Mira Nurfitri Fesenrey³,
Lusy Trianggiraini⁴, Ridwan Siskandar⁵, Hana Lestari⁶

^{1,2,3,4} Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang, Jawa Timur, Indonesia

⁵ Teknik Komputer, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat, Indonesia

⁶ Fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan, IAI Sahid Bogor, Jawa Barat, Indonesia

* Corresponding author: ninditacantikaputri@gmail.com
<https://doi.org/10.56406/jkim.v9i01.162>

ABSTRAK

Kepribadian narsistik sering kita jumpai di media sosial, yang dimana kepribadian narsistik ini tak luput dari *hate comment*. Kepribadian narsistik sendiri merupakan suatu perasaan cinta terhadap diri sendiri yang berlebihan atau tidak sesuai dengan kadar normalnya pada kecintaan diri. Kondisi inilah yang memicu adanya perilaku *hate comment* yang dimana beberapa individu merasa tidak suka, tidak setuju ataupun iri terhadap seseorang dengan kepribadian narsistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kepribadian narsistik terhadap *hate comment* di media sosial. Subjek penelitian adalah 146 orang dengan kriteria usia 14-25 tahun yang aktif dalam bermedia sosial. Metode pengambilan data menggunakan skala kepribadian narsistik dan skala perilaku *hate comment* yang diadaptasi dari kuesioner terdahulu. Model skala tersebut adalah 8 berbentuk likert dengan 5 jenjang. Menggunakan teknik analisis data korelasi dan regresi, ditemukan sebesar 11,3% pengaruh kepribadian narsistik terhadap perilaku *hate comment* di media sosial. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji regresi sederhana didapatkan model persamaan yang menunjukkan bahwa perilaku *hate comment* di media sosial dapat dijelaskan oleh kepribadian narsistik secara positif. Dengan demikian, semakin tinggi kepribadian narsistik maka semakin tinggi pula perilaku *hate comment*.

Kata Kunci: Kepribadian narsistik, *hate comment*, media sosial

ABSTRACT

Narcissistic personalities are often encountered in social media, where this narcissistic personality does not escape from hate comments. A narcissistic personality itself is a feeling of self-love that is excessive or not in accordance with its normal level of self-love. This condition triggers hate comment behavior in which some individuals feel dislike, disagree with, or envy someone with a narcissistic personality. The purpose of this study was to determine the relationship between narcissistic personality and hate comments on social media. The research subjects were 146 people aged 14-25 years who were active in social media. The data collection method used a narcissistic personality scale and a hate comment behavior scale which was adapted from previous questionnaires. The scale model is 8 in Likert form with 5 levels. Using correlation and regression data analysis techniques, it was found that 11.3% of the influence of narcissistic personality on hate comment behavior on social media was found. Furthermore, based on the results of a simple regression test, an equation model shows that hate comment behavior on social media can be explained positively by narcissistic personality. Thus, the higher the narcissistic personality, the higher the hate comment behavior.

Keywords: Narcissistic personality, *hate comment*, social media

PENDAHULUAN

Freud mengartikan narsistik sebagai suatu kepribadian yang merujuk pada perilaku dengan orientasi dan fokus pada dirinya sendiri, meliputi perilaku seperti mencintai dan mengagumi diri sendiri, adanya fantasi kekuasaan atau kehebatan dan kesempurnaan diri, eksibisionisme (menarik perhatian), adanya perasaan berhak atau harapan diperlakukan khusus dan istimewa oleh orang lain, serta adanya kecenderungan untuk melihat orang lain tidak sebanding dengan dirinya dan tidak suka dikritik (Crockatt, 2006). Secara kritis, narsistik memiliki dimensi yang berbeda, yaitu kemegahan narsistik (keangkuhan dan *eksibisionisme*) dan kerentanan narsistik (kebencian dan pertahanan diri).

Berkaitan dengan dimensi hak untuk diperlakukan khusus dalam konteks bermedia sosial, individu akan terdorong untuk merasa frustrasi ketika gambar atau video yang ia posting diabaikan oleh pengguna lain, begitu pula ketika muncul komentar yang tidak disukai seperti kritikan atau ujaran kebencian, ia akan cenderung untuk menghilangkan gambar atau video yang ia posting bahkan membalas komentar buruk kepada pengguna lain. Orang narsistik berpikir bahwa mereka istimewa dan unik sehingga berhak mendapatkan hasil yang lebih positif dalam hidup daripada yang lain (Campbell, Bonacci, Shelton, Exline, & Bushman, 2004), serta mereka berpikir bahwa mereka lebih pada cerdas dan menarik secara fisik daripada yang sebenarnya dan lebih baik daripada yang lain (Campbell, Rudich, & Sedikides, 2002).

Lubis (dalam Apsari, 2012) memaparkan bahwa narsistik dapat terjadi salah satunya karena faktor psikologis, yaitu ketika persepsi yang irasional dan rendahnya self-acceptance. Menurut wawancara yang dilakukan Lubis, individu yang menggunakan media sosial cenderung menunjukkan perilaku menghapus postingan berupa gambar atau video ketika hal tersebut mendapatkan sedikit apresiasi berupa like, serta menghapus komentar yang dinilai mengganggu bahkan individu tersebut cenderung akan membalas serangan komentar negatif tersebut kepada individu lain. Hal tersebut merupakan strategi pengaturan diri dalam upaya menjaga reputasi dan citra diri yang baik dihadapan khalayak umum. Penelitian empiris menunjukkan bahwa narsistik menggunakan strategi intrapsikis dan interpersonal untuk mempertahankan pandangan diri positif mereka (Campbell et al., 2000). Pada sisi interpersonal, narsistik membual dan menarik perhatian pada diri sendiri dan berusaha untuk bersaing dengan dan mendominasi orang lain (Carroll, 1987). Tidak mengherankan, orang narsistik melimpahkan kesalahan kegagalan pada rekan atau orang yang mengkritik mereka (Kernis & Sun, 1994).

Pada pandangan Islam, narsistik bisa disamakan dengan ujub atau bangga diri. Kemudian, dijelaskan oleh Imam Al Ghazali bahwa ujub adalah kecintaan seseorang akan suatu karunia yang ada pada dirinya dan merasa memilikinya sendiri serta tidak menyadari bahwa karunia tersebut adalah pemberian dari Allah *subhanahu wa ta'ala*. Mencintai diri sendiri memang sangat dianjurkan, namun jika itu berlebihan maka akan menimbulkan egoisme, kesombongan, dan merasa diri sendiri lebih baik dari siapa pun. Al-Quran telah meriwayatkan tentang kesombongan:

"Dan janganlah kamu memalingkan wajah dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi dengan angkuh. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri." (QS. Luqman ayat 18)

Dalam ayat di atas, kita dapat melihat bahwa bahkan cara kita berjalan dapat membuat Tuhan marah. Allah SWT menegaskan bahwa Dia tidak suka orang yang berjalan dengan penuh kemenangan atau yang menipu diri sendiri dengan kesombongan. Salah satu contoh dalam Islam yang berhubungan dengan narsisme adalah kisah Firaun. Dia tidak memiliki empati dengan orang lain, bahkan mengaku sebagai Tuhan. Malaikat Jibril menyumbat mulutnya dengan lumpur laut, sehingga ia tak bisa berucap kalimat tauhid saat tenggelam. Di sisi lain, Rasulullah SAW tidak pernah menyalahgunakan statusnya sebagai Utusan Allah. Bahkan, musuh berada di bawah belas kasihannya. Nabi Muhammad SAW selalu menunjukkan kasih sayang dan rahmat, tak peduli pengikut atau musuhnya. Pada saat-saat terakhir hidupnya, dia takut apakah dia menyampaikan pesannya dengan benar. Dikisahkan Abdullah bin Mas'ud (radhi-yAllahu 'anhu), Rasulullah SAW pernah berkata: "Barang siapa yang memiliki kesombongan di hatinya sebesar atom (atau semut kecil), dia tidak akan masuk surga."

Kepribadian ini menjadi penting untuk diperhatikan kembali pada era globalisasi saat ini mengenai media sosial yang makrak digunakan. Pada dekade terakhir, media sosial menjadi primadona bukan di Indonesia saja, tetapi di seluruh dunia. Direktur Jenderal Aplikasi Informatika (Aptika) Kementerian Kominfo, Septiana Tangkary, menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini telah mencapai angka 82 juta orang dan menempati posisi ke-8 di dunia. Dari angka tersebut, 95% nya menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak adalah Instagram (Kemkominfo, 2018).

Pengguna dalam berbagai media sosial online khususnya pada platform Instagram sering kali dikatakan sangat terobsesi dengan angka like, followers dan comment. Mereka cenderung mengunggah foto yang menurut mereka pantas untuk diperlihatkan dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap angka like, followers dan comment itu sendiri. Beberapa diantaranya lebih memilih untuk tidak mengunggah apapun (Wandira et al., 2023). Beberapa lagi diantara mereka memilih untuk tidak memakai user name asli dan lebih memilih untuk membuat account penyamaran agar pengguna lain tidak mengetahui identitas asli mereka. Dalam beberapa hal, pengguna dengan account penyamaran lebih sering digunakan untuk meninggalkan hate comment. Ada juga beberapa orang yang dengan gamblang meninggalkan hate comment tanpa menutupi identitas asli mereka. Semua berawal dari ketidaksepahaman pendapat, ketidaksukaan, kebencian dan perbedaan itu sendiri entah dari ras, budaya, dll (Hutauruk et al., 2022; Lestari et al., 2020; Purba et al., 2022).

Pada hakikatnya dalam suatu periode penting ketika kita dapat berinteraksi dengan banyak orang yang tidak kita kenal, pasti akan terjadi perubahan pada emosi, minat, peran, tubuh, serta nilai-nilai yang dianut sehingga dapat berdampak langsung pada individu yang bersangkutan. Pengguna media sosial cenderung ingin mencoba gaya hidup yang berbeda serta memutuskan sendiri nilai, sifat, dan pola perilaku yang paling cocok dengan dirinya, termasuk saat mereka menggunakan internet dan berinteraksi melalui media sosial (Rahmawati et al., 2022; Sali et al., 2022). Karena itu *hate comment* muncul berdasarkan dari hal-hal tersebut. Kepribadian menjadi salah satu faktor seseorang dalam melakukan *hate comment*. *Hate comment* sendiri merupakan suatu tindak pidana yang berbentuk penistaan, penghinaan, memprovokasi, pencemaran nama baik, menghasut, penyebaran berita bohong, perbuatan yang tidak menyenangkan, dan semua tindakan tersebut mempunyai tujuan atau dapat memberikan dampak pada kekerasan, penghilangan nyawa, konflik sosial, dan diskriminasi (Fakhry, 2018).

METODE PENELITIAN

Pengambilan sampel menggunakan metode Propotional Random Sampling, dengan mengambil secara acak pengguna sosial media, lalu membuat proporsi masing-masing jumlah sampel pengguna yang aktif dan pasif dalam bersosial media. Sample yang didapatkan sebanyak 146 remaja dan dewasa awal yang berumur sekitar 14-25 tahun yang menggunakan media sosial. Untuk kepribadian narsistik, digunakan skala Kecenderungan Narsistik milik Hakeem Muhammad (2020). Item-item dalam skala ini didasari oleh indikator-indikator gangguan kepribadian narsistik yang tercantum pada Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders edisi ke-5, yang meliputi; perasaan grandiose & self-important, dipenuhi fantasi, merasa istimewa, kebutuhan untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, tidak memiliki rasa empati, perasaan iri, dan perilaku arogan. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, skala Kecenderungan Narsistik memiliki 8 item final yang valid dengan nilai reliabilitas sebesar 0,72. Sedangkan *hate comment* diukur menggunakan skala *Hate Speech* yang dikembangkan oleh Desmarita (2019). Skala ini memiliki 6 indikator, yang meliputi; memprovokasi, menghasut, menghina, menyebarkan kebohongan, mencemarkan nama baik orang lain, dan perbuatan tidak menyenangkan. Dari 10 item yang ada, terdapat 1 item yang tidak valid dan tidak dapat digunakan. Skala *Hate Speech* memiliki indeks reliabilitas dengan nilai 0,71. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif. Pada penelitian ini, variabel-variabel yang ada nantinya akan dianalisis menggunakan uji korelasi dan regresi menggunakan software SPSS 22.0. Analisis korelasi dan regresi ini merupakan analisa statistik yang digunakan untuk memprediksikan hubungan antara dua variabel (Muhson, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan diperoleh data berupa:

Tabel 1. Deskripsi subjek penelitian

Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	21,9%
Perempuan	114	78,1%
Usia		
Remaja	7	4,8%
Dewasa Awal	139	95,2%
Aplikasi yang paling sering digunakan:		
Twitter	50	34,2%
Instagram	125	85,6%
Facebook	13	8,9%
Youtube	23	15,7%
Lain-lain	34	23,2%

Berdasarkan deskripsi data di atas, mayoritas sampel merupakan pengguna aktif media sosial instagram, dengan rentang usia remaja.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi

	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)
Kepribadian Narsistik* Hate Comment	0.336	0.000

Berdasarkan tabel 2. didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar (0.336), maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikanj antara variabel kepribadian narsistik dengan *hate comment*. Adapun untuk melihat pengaruh kepribadian narsistik dengan hate comment dilakukan dengan uji regresi sederhana dan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi

	Unstandardized Coefficients		Sig
	B	Std.Error	
(constant)	11.232		
Hate comment	0.308	0.072	0.000

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepribadian narsistik dengan hate comment, dengan persamaan yaitu: $Y = 11.232 + 0.308 X$. Dari persamaan regresi tersebut, dapat diterjemahkan bahwa setiap variabel kepribadian narsistik naik 1 slatuan maka variabel hate comment akan naik sebesar 11.540. Dapat di prediksi bahwa ketika variabel kepribadian narsistik tinggi maka perilaku hate comment meningkat sebesar 11.540.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

Rsquare	Adjusted Rsquare	Std. error of the estimate
0.113	0.107	4.536

Berdasarkan tabel 4. ditemukan sebanyak 11.3% variasi pada hate variabel hate comment dapat dijelaskan oleh variasi variabel kepribadian narsistik, sedangkan sisanya 88.7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam model tersebut.

Dari penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa ada hubungan yang signifikan dari kepribadian narsistik terhadap perilaku *hate comment* di media sosial ($r = 0,113$; $p < 0,05$). Kemudian menurut hasil uji regresi sederhana didapatkan model persamaan yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kepribadian narsistik maka semakin tinggi *hate comment* di media sosial. Sebaliknya semakin rendah kepribadian narsistik, maka semakin rendah pula *hate comment* di media sosial.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesa yang menyatakan terdapat hubungan antara kepribadian narsistik terhadap *hate comment* di media sosial dapat diterima dan ditemukan pula bahwa korelasinya berarah positif. Sehingga dengan terbuktinya hipotesa ini, maka kepribadian narsistik mampu meningkatkan kecenderungan perilaku *hate comment* di media sosial. Sedangkan dalam pandangan Islam, narsistik bisa disamakan dengan ujub atau bangga diri. Kemudian, dijelaskan oleh Imam Al Ghazali bahwa ujub adalah kecintaan seseorang akan suatu karunia yang ada pada dirinya dan merasa memilikinya sendiri serta tidak menyadari bahwa karunia tersebut adalah pemberian dari Allah *subhanahu wa ta'ala*. Seorang mukmin sudah seharusnya sadar bahwa semua yang ada di langit dan bumi termasuk karunia-karunia

yang diberikan padanya adalah semata-mata dari Allah. Seperti disebutkan dalam penggalan surat Ali Imran (109) yang berbunyi, “*Kepunyaan Allah-lah segala yang ada di langit dan bumi dan kepada Allah-lah dikembalikan segala urusan.*” Oleh karena itu, setiap mukmin dan setiap manusia harus mengerti betul konsep karunia yang dihadiahkan pada dirinya masing-masing. Bukan semakin menambah kesombongan dan memandang orang lain lebih rendah dari dirinya, melainkan menguatkan ikatan iman antara ciptaan dan penciptanya.

Sementara itu, Allah dengan tegas berfirman membenci sifat ujub. Dalam Al Quran surat Al Luqman (18), Allah *subhanahu wa ta’ala* berfirman, “*Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.*”

Maka dari itu, sangat tak patut bagi seorang mukmin bahkan setiap manusia yang merupakan ciptaan-Nya berbangga diri melebihi ciptaan-Nya yang lain. Sifat ujub yang ada dalam diri akan membawanya pada jurang kebinasaan dan tergolong orang-orang yang merugi. Hal inipun juga telah disebutkan oleh Rasulullah dalam hadits riwayat Ath Thabrani yang berbunyi, “*Tiga hal yang membawa pada jurang kebinasaan, 1) tamak lagi kikir, 2) mengikuti hawa nafsu (yang mengajak kejelekan), dan 3) ujub (takjub pada diri sendiri).*” Karenanya, sebagai ciptaan-Nya sudah seharusnya membentengi diri dari sifat ujub. Sifat ini dibenci oleh Allah karena begitu banyak bahaya yang dapat dihasilkan dari memiliki sifat ini. Bukan hanya dapat merugikan orang lain namun juga dapat merugikan diri sendiri.

Penelitian ini menunjukkan perilaku dari kepribadian narsistik yang ingin menunjukkan kelebihan dalam dirinya kepada semua orang. Perilaku ini sering terlihat di media sosial, tempat di mana semua orang bebas berekspresi sesuai dengan apa yang ia inginkan dan tanpa ada batasan yang ditentukan. Seperti yang dijelaskan pada jurnal Alexander Brown (2018), salah satu keunggulan yang diharapkan dari media sosial sebagai media komunikasi adalah di mana orang tidak dipaksa untuk mengungkapkan aspek identitas *online* mereka kecuali mereka ingin melakukannya. Telah disarankan bahwa anonimitas media sosial dapat memberikan kesempatan untuk berbicara lebih bebas karena orang dapat mengatakan apa yang mereka pikirkan tanpa rasa takut bahwa orang lain akan bereaksi atau menanggapi dengan tidak baik hanya karena warna kulit mereka, orientasi seksual bahkan identitas gender.

Dari hasil penelitian dan gform yang dibagikan, terdapat 146 responden yang berpartisipasi menjawab total 23 pertanyaan inti dalam kuisioner yang skalanya diadaptasi dari kuisioner terdahulu. Pada penelitian ini didapatkan nilai besarnya pengaruh kepribadian narsistik terhadap *hate comment* sebesar 11,3%. Sedangkan sisanya 88,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Beberapa aspek lain juga mampu mempengaruhi *hate comment*, salah satunya perilaku membenci atau di benci. Seperti pada penelitiannya Alexander Brown (2017), ia mengasumsikan bahwa konsep yang lebih mendasar dan lebih sederhana dari ujaran kebencian terdiri dari tiga yaitu; (1) ujaran atau perilaku ekspresif lainnya, (2) kelompok/kelas orang yang diidentifikasi dari karakteristiknya dan (3) emosi, perasaan atau perilaku untuk membenci atau di benci.

Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia yang harus berpedoman kepada Alquran dan Hadis. Namun, saat ini banyak terjadi berbagai fenomena perselisihan, percekocokan, permusuhan, dan pertengkaran muncul karena perkataan atau komentar yang tidak terkontrol terutama di media sosial. Dalam

Q.S. Al Humazah ayat 1 dapat dipahami bahwa Allah SWT tidak membolehkan mencela orang lain.

“Celakalah bagi setiap pengumpat atau pencaci, baik dengan ucapan atau isyarat, dan demikian pula pencela dengan menampilkan keburukan orang lain untuk menghinakannya (Q.S. Al Humazah ayat 1)”.

Syaikh Muhammad bin Shalih asy Syawi menjelaskan bahwa dalam ayat ini Allah SWT mengancam bahwa kemurkaan dan azab-Nya akan ditimpakan kepada orang-orang yang sering mengumpat, mencela, dan menyakiti perasaan orang lain dimana saja. Allah SWT mengancam dengan mengatakan bahwa celakalah bagi setiap pengumpat atau pencaci, baik dengan lisan, tulisan, atau isyarat serta bagi para pencela dengan menampilkan keburukan orang lain untuk menghinakannya. Menurut Syaikh Dr. Muhammad Sulaiman Al Asyqar, ayat tersebut menjelaskan bahwa kehancuran, kerendahan, dan siksaan yang sangat berat bagi setiap pengumpat yaitu orang yang menyakiti dan menghina kehormatan serta kemuliaan orang lain. Syaikh Dr. Wahbah az Zuhaili (tafsirweb.com) menjelaskan lebih lanjut bahwa Allah SWT memulai surat ini dengan teguran akan adzab yang keras, kecelakaan, penghinaan, dan kebinasaan bagi para pencela dan pengumpat. Selain itu, larangan memberikan umpatan dan cacian juga disampaikan Allah SWT dalam Q.S. Al Hujurat ayat 11.

“Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim (Q.S. Al Hujurat ayat 11).”

Mengenai Q.S. Al Hujurat ayat 11 tersebut, Imam Ibnu Katsir rahimahullah menjelaskan bahwa Allah SWT melarang dari perbuatan sikhriyyah kepada manusia yaitu sikap merendahkan orang lain dan menghina mereka. Hal ini sebagaimana terdapat dalam ayat tersebut “hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki mencela kumpulan yang lain, boleh jadi yang dicela itu lebih baik dari mereka. Perbuatan seperti mencela, mengumpat, dan mencaci orang lain merupakan perbuatan sombong dan termasuk perbuatan yang diharamkan oleh Allah SWT. Boleh jadi orang yang dihina tersebut lebih tinggi kedudukannya di sisi Allah SWT dan lebih dicintai oleh Allah SWT.

Selain itu dalam jurnal milik Christopher J. Carpenter (2012), ia mengatakan kepribadian narsistik dalam penelitiannya memiliki kecenderungan tinggi menginginkan penerimaan rasa hormat dari pengikut mereka di Facebook. Mereka akan cenderung menggunakan Facebook untuk menentukan apa yang orang lain katakan tentang mereka. Mereka akan lebih fokus dalam pembaruan status pengikutnya untuk tujuan menentukan apakah pengikutnya berbicara tentang mereka dan saat itu akan muncul rasa menuntut untuk mementingkan diri sendiri.

Beberapa penelitian Bushman & Baumeister serta Twenge & Campbell menyatakan bahwa ketika seseorang yang tinggi sifat narsisme diremehkan, mereka akan membalas secara agresif. Ackerman et al., (2011) dalam penelitiannya mengungkapkan narsisme dikaitkan dengan menanggapi komentar negatif dari orang lain dengan tanggapan agresif secara verbal. Akhirnya, mereka mendapatkan sifat yang menuntut rasa hormat dari orang lain, mereka akan menjadi marah bila tidak mendapatkan rasa hormat yang mereka rasa pantas mereka dapatkan. Salah satu penelitiannya mengungkapkan individu dengan kepribadian narsistik tersebut akan marah ketika orang lain tidak berkomentar pada pembaruan status mereka. Di sini maksudnya, pengikut memiliki

kesempatan untuk menunjukkan persetujuan atau memberi komentar pada pembaruan status Facebook tersebut. Seseorang yang tinggi narsisme nya akan menjadi marah ketika mereka tidak mendapatkan perhatian ini dan langsung menunjukkan perasaannya dengan status ujaran kebencian. Hipotesis ini diuji menggunakan survei pengguna Facebook.

Kepribadian narsistik ini dapat di lihat dari apa yang ia lakukan di media sosial, seperti memposting foto *selfie* dirinya atau foto-foto lainnya yang bertujuan untuk memperlihatkan atau memamerkan sesuatu kepada khalayak ramai serta mengupdate status atau berkomentar dengan menuliskan kalimat-kalimat curahan hati yang ingin ia bagikan kepada orang banyak atau sekedar opini dan pendapat dari dirinya terhadap suatu hal yang sedang terjadi. Seperti yang dikutip dalam Sorokowski (2015), oleh Vazire, Naumann, Rentfrow, & Gosling (2008), perilaku narsistik cenderung akan ke arah perilaku menyimpang, mencari perhatian, serta sangat mementingkan penampilan fisik dari dirinya, maka dari itu ia lebih sering memposting foto daripada orang yang tidak berperilaku narsistik. Dari pernyataan tersebut juga dikatakan bahwa seorang narsistik akan cenderung mencari perhatian, di mana bentuk-bentuk dalam mencari perhatian tidak hanya dengan memposting foto saja, tetapi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, mengungkapkan kata-kata ataupun kalimat di media sosial, berkomentar maupun mengupdate status juga termasuk ke dalam nya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sorokowski (2015), menemukan bahwa bentuk narsistik dalam hal memposting foto, baik dalam bentuk *selfie* maupun foto dengan kelompok banyak dilakukan oleh kaum pria daripada wanita, yang mana para pria ini seringkali memposting foto *selfie* dengan pasangannya. Orang dengan kepribadian narsistik juga memiliki kecenderungan untuk merendahkan orang lain, memberikan ujaran kebencian pada orang atau kelompok yang menurutnya tidak sebanding dengannya.

Konsep media sosial tersebut menjadikan individu lebih berani dalam mengungkapkan hal yang memalukan, menjengkelkan atau penuh kebencian yang mereka ingin katakan melebihi kasus seharusnya dalam kehidupan nyata. Maksudnya di sini adalah individu di media sosial dapat menghilangkan rasa takut dimintai pertanggungjawaban atas kebencian yang ia utarakan. Tentu saja ada beberapa kasus di mana mereka mendorong pengguna lain untuk terlibat dalam ujaran kebencian yang menyerang lawan bicaranya tersebut. Begitulah bagaimana kami mengaitkan kepribadian narsistik dan *hate comment* yang menjadi fokus utama kami di sini.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuisioner berupa pertanyaan dengan beberapa pilihan jawaban, akan terdapat bias manusia dari responden, seperti 'ego'. Ketidakkampuan responden untuk menjawab secara jujur atau karena responden yang tidak terlalu mengerti dirinya sendiri. Tentu ada kemungkinan responden memanipulasi karakteristik dirinya dalam menjawab survey. Adapula responden yang tidak serius dan enggan dalam menjawab pertanyaan menjadi kelemahan dalam metode penelitian ini. Kelemahan lainnya ada pada kedalaman analisis. Survey memang menjangkau populasi yang besar dan luas, tetapi tidak dapat digunakan untuk memahami variabel-variabel penelitian lebih mendalam lagi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dari kepribadian narsistik terhadap perilaku *hate comment* di media sosial yang ditunjukkan dengan hasil uji korelasi dan regresi sederhana yang telah dilakukan. Hal ini pun menunjukkan bahwa semakin tinggi kepribadian narsistik maka semakin tinggi

kecenderungan perilaku *hate comment* di media sosial. Sebaliknya semakin rendah kepribadian narsistik, maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku *hate comment* di media sosial. Implikasi dari penelitian ini ditujukan untuk remaja dan dewasa awal agar dapat mengenali diri sendiri dan memiliki kesadaran untuk mencegah ujaran kebencian atau *hate comment* yang sangat melekat dengan media sosial. Kepribadian narsistik tentu susah dihilangkan karena telah menjadi bagian dari kepribadian seseorang. Karena itu harus ada kesadaran dan keinginan dalam diri untuk tidak mudah memberikan *hate comment* kepada seorang pengguna di media sosial. Untuk para pengguna media sosial bisa lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial serta tidak menjadikan media sosial sebagai tempat untuk memberikan komentar buruk maupun tempat mencari perhatian semata. Media sosial pada hakikatnya adalah tempat untuk semua orang mendapatkan wawasan dan pengetahuan serta informasi yang dapat mengembangkan cara berpikir sebagai seorang individu yang terbuka dan berpengetahuan luas.

REFERENSI

- Al Quran terjemahan
- Al-Syaukani, I. Tafsir Fath al-Qadir Jilid 5. Beirut: Dar al-fikr, t. th
- Adiyanti, F. C. Susila. (2019). Hukum Dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey Sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Hukum Administrasi Dan Pemerintahan*, 2(4), 697-709.
- Ardian, Michael. (2013). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Program Acara “Pesbukers” Di ANTV. *Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-11.
- Astuti, Firmina. (2019). Hate Speech Pada Remaja Di Media Sosial Instagram. Publikasi Ilmiah.
- Amirullah. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*. Malang: Bayu Media Publishing Malang.
- Brown, Alexander. 2017. What Is Hate Speech? Part 1: The Myth Of Hate. *Law And Philosophy*, 36(4), 419-468.
- Brown, Alexander. (2018). What Is So Special About Online (As Compared To Offline) Hate Speech?. *Ethnicities*, 18(3), 297-326.
- Campbell, W. K., Goodie, A. S., & Joshua, D. F. (2004). Narcissism, Confidence, And Risk Attitude. *Behavior Decision Making*.
- Christopher J. Carpenter. (2012). Narcissism On Facebook: Self-Promotional And Anti-Social Behavior. *Personality And Individual Differences*, 52, 482–486
- Desmarita, S. I. (2019). Pengaruh Ujaran Kebencian (Hate Speech) Tentang Pemilihan Gubernur Riau 2018 Di Facebook Terhadap Opini Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Universitas Riau. *JOM FISIP Vol. 6*.
- Hutauruk, A., Subakti, H., Simarmata, D., Lestari, H., Al Haddar, G., Da’i, M., Purba, S., Khalik, M., & Cahyaningrum, V. (2022). Media Pembelajaran dan TIK. *Jakarta : Yayasan Kita Menulis*.
- Lestari, H., Siskandar, R., & Rahmawati, I. (2020). Digital Literacy Skills of Teachers in Elementary School in The Revolution 4.0. *International Conference on Elementary Education*, 2(1), 302–311.
- Muhammad, H. (2020). *Hubungan Antara Kehangatan Orangtua Dan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Pengguna Instagram Di Universitas Medan Area*. Skripsi. Medan: Universtas Medan Area
- Muhson, A. (2006). Analisis Kuantitatif.

- Ningrum, Junita D, Suryadi, Dan Dian Eka Chandra Wardhana. (2018). Kajian Ujaran Kebencanaan Di Media Sosial. *Pendidikan Bahasa Indonesia*, 2(3), 241-252
- Purba, Chamidah, D., Anzelina, D., Nugroho, A., Mary, M., Lestari, H., Salamun, Suesilowati, Rahmawati, I., & Kato, I. (2022). Keterampilan Berpikir Tingkat Tinggi. Yayasan Kita Menulis. In *Jakarta: Yayasan Kita Menulis*.
- Rahayu, S. T., Istiqomah, & Nur'aini, S. (2019). Gambaran Kepribadian Narsistik Pengguna Jejaring Sosial Instagram. *Repository Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Rahmawati, F., Ernawati, E., & Lestari, H. (2022). Pengaruh Akun Instagram @Pedulijilbab Terhadap Persepsi Berhijab Followers. *Jurnal Sahid Da'watii*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.56406/jurnalsahiddawatii.v1i1.37>
- Rudi. (2017). Studi Tentang Siswa Yang Memiliki Sikap Narsisme Dan Penagananya Melalui Latihan Bertanggung Jawab Dalam Konseling Gestal . *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 142-148.
- Sali, N., Avicenna, A., Susilowati, E., Ernawati, E. A., Panjaitan, M. M., Yustita, A., Susanti, S. saodah, Saputro, A. N., Muslimin, T., Saputro, D., & Lestari, H. (2022). *Dasar-Dasar Pendidikan Karakter*.
- Santi, N. N. (2017). Dampak Kecenderungan Narsiscisme Terhadap Self Esteem Pada Pengguna Facebook Mahasiswa PGSD UNP. *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran Vol. 5 No. 1*, 25-30.
- Sorokowski, P., A. Sorokowska, A. Oleszkiewicz, T. Frackowiak, A. Huk, K. Pisanski. (2015). Selfie Posting Behaviors Are Associated With Narcissism Among Men. *Personality And Individual Differences*, 85, 123–127.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Wandira, P. N., Lestari, H., & Mukri, R. (2023). Efektivitas Media Big Book Untuk Meningkatkan Kemampuan Minat Membaca Siswa Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Bogor. *Primer Edukasi Journal*, 2(1). <https://jurnal-inais.id/index.php/JPE/article/view/134>