Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi e-ISSN: 2549-4236, p-ISSN: 1411-8939
Lembaga Penellitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Vol 24, No 2 (2024): Juli, 1214-1218
DOI: 10.33087/jiubj.v24i2.4903

Analisis pada Ibu Rumah Tangga Pegiat Media Sosial Tiktok di Desa Balongdowo

Dhelviesarah Rahayu, Hazim
Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Correspondence: dhelviesarahrahayu@gmail.com, hazim@umsida.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa penggunaan media sosial aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme ibu rumah tangga di Desa Balongdowo. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek pada penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang ada di Desa Balongdowo. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu orang yang menjadi informan adalah orang yang suka menggunakan aplikasi tiktok dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Kata kunci : aplikasi tiktok, intensitas, narsisme

Abstract. *This study aims to analyze the use of the tiktok social media application on the narcissistic behavior of housewives in Balongdowo Village. The method used is qualitative with a descriptive approach. The subjects in this study were housewives in Balongdowo Village. Data collection techniques are observation, interviews, and documentation. In taking informants, researchers used the purposive sampling technique, namely people who become informants are people who like to use the tiktok application with criteria that have been determined by the researcher*

Keywords **:** *tiktok app, intensity, narcissism*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi memudahkan manusia dalam berkomunikasi satu dengan yang lain. (Febriadi, 2019). Kehadiran teknologi informasi yang sangat pesat turut mengubah pola dan tatanan masyarakat. Masyarakat dunia local menjadi masyarakat dunia global yaitu dunia transparan terhadap perkembangan teknologi yang mampu mempengaruhi peradaban umat manusia yang dijuluki dengan *the big village*. Dengan adanya internet menjadikan sgala informasi dengan cepat tersalurkan kepada para pengguna media sosial. Media sosial melahirkan jejaring sosial seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp yang dimana memberikan ruang bagi para pengguna media sosial dalam memanfaatkan mencari informasi, alat komunikasi, maupun hiburan (Febriadi, 2019).

Salah satu yang tengah digandrungi oleh masyarakat Indonesia saat ini yaitu tiktok aplikasi yang menggabungkan media sosial dan berbagi video karena kemudahan dan kepraktisan dalam penggunaannya. Terhitung pada bulan November 2019, aplikasi tiktok menjadi aplikasi non-game yang banyak diunduh. Sebanyak 1,5 miliar pengguna tiktok dari seluruh dunia, mengalahkan aplikasi instagram yang diunduh sebanyak 1 milyar. Jumlah pengguna tiktok meningkat pesat dari 10 juta unduhan dari tahun sebelumnya. Januari 2020, jumlah unduhan aplikasi tiktok mengalahkan facebook dan instagram. Menurut data dari sensor tower, tiktok berada diperingkat kedua dengan jumlah unduhan lebih dari 700 juta pengguna di dunia pada 2019 sedangkan facebook di posisi ke empat dan instagram diurutan kelima. Sensor tower menghitung data ini dari google play store di android dan app store di IOS (Ferdiansyah, 2020). Data tersebut bisa dikatakan bahwa eksistensi juga terjadi pada kalangan ibu rumah tangga. Tiktok memiliki banyak filtur yang bisa digunakan seperti update story, live streaming, coment & like, dan sharing information.

Hasil laporan Firma Riset Statista, jumlah pengguna tiktok di Indonesia tercatat sebanyak 113 juta per April 2023. Dengan jumlah pengguna 113 juta, Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan pengguna tiktok terbesar di dunia pada periode tersebut. Hal itu dilaporkan dalam laporan bertajuk "countries with the largest tiktok audience as of April 2023" (negara dengan penonton tiktok terbanyak per April 2023). Jumlah pengguna tiktok di Indonesia itu belum melebihi Amerika Serikat

yang sebesar 117 juta. Dengan jumlah itu, Amerika Serikat menjadi negara pertama dengan penonton tiktok paling banyak di dunia per April 2023. Pada awal 2023, 66,1% penonton iklan tiktok di Indonesia adalah perempuan, sedangkan 33,9% laki-laki. Data yang diterbitkan dalam alat perencanaan iklan milik bytedance menunjukkan bahwa potensi jangkauan iklan tiktok di Indonesia meningkat sebesar 18 juta (+19,4 persen) antara awal tahun 2022 dan awal tahun 2023 (Anggraeni, 2023)

Fenomena penggunaan aplikasi tiktok banyak mengundang kecendrungan narsistik bagi penggunanya. Dimana kebanyakan dari mereka membuat video tiktok dan sangat menyukai dirinya sendiri di dalam video tersebut. Narsisme itu cenderung terlalu mencintai dirinya sendiri, percaya bahwa dirinya yang unik dan memiliki potensi yang melebihi orang lain dan membuat orang tersebut berperilaku yang berlebihan yang tidak sesuai dengan kemampuan dirinya yang sebenarnya atau lebih cenderung kepada kepribadian angkuh dan sombong. Sigmund freud merupakan orang yang pertama kali menggunakan istilah *narcissistic* dengan mengambil dari tokoh dalam mitologi Yunani, yaitu *narkissos* atau *narcissus*, yang dikutuk sehingga mencintai bayangannya sendiri di kolam. Narcissus sangat terpengaruh oleh rasa cinta akan dirinya sendiri dan tanpa sengaja menjulurkan tangannya hingga tenggelam dan akhirnya tumbuh bunga yang sampai sekarang disebut bunga narsis. Santrock (2012), narsistik adalah pendekatan terhadap orang lain yang berpusat pada diri sendiri (self-contered) dan memikirkan diri sendiri (self-concerned). Pelaku narsisme sangat berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna, serta memandang keinginan dan harapannya adalah hal terpenting.

Handayani (2014) merumuskan sejumlah aspek narsistik sebagai berikut: pertama, otoritas, yaitu pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri terkait dengan otoritas atau wewenang atas jabatan yang dimilikinya. Individu yang memiliki tingkat otoritas atau wewenang yang tinggi, akan menganggap bahwa dirinya lebih baik daripada individu yang tidak memiliki otorisasi atau wewenang di perusahaan atau organisasi tempat individu tersebut bekerja. Kedua, *self-sufficiency*, secara umum merupakan kemampuan dari dalam diri seseorang secara umum pada indikator ini ditandai dengan anggapan percaya dapat memenuhi kebutuhan diri sendiri dengan kemampuannya sendiri. Ketiga, superioritas, pandangan berlebihan terhadap diri sendiri terkait dengan kompetensi. Kompetensi diri, bakat, kemampuan, dan keunikan akan membuat seseorang merasa bahwa dirinya merupakan seorang yang hebat dan spesial. Keempat, eksibisionisme, kecenderungan untuk menarik perhatian orang lain terhadap diri sendiri, terkait dengan kemampuan yang dimiliki, sifat atau kebiasaan, karakteristik, dan bakat yang dimiliki oleh seseorang.

Kelima, eksploitasi, motivasi memanipulasi dan mendayagunakan orang lain untuk kepuasan diri sendiri. Seorang yang memiliki sifat narsisme akan senang untuk mendayagunakan dan memanipulasi orang lain, hal ini dikarenakan narsistik percaya dirinya dapat memahami orang lain dan membuat orang lain percaya dan suka kepadanya. Keenam, kesombongan, sebuah rasa kekaguman yang berlebihan dalam memandang diri sendiri dengan membandingkannya dengan orang lain. Seorang yang memiliki sifat narsisme akan senang melihat penampilan dan karakteristik yang ada didirinya. Narsistik akan selalu melihat dirinya merupakan sosok yang sempurna, dan menganggap orang lain lebih rendah atau tidak sebanding dengan dirinya. Ketujuh, hak, kepercayaan bahwa orang lain berhutang rasa hormat dan kekaguman. Seseorang yang memiliki sifat narsisme sangat membutuhkan keadaan di mana orang lain memuji dirinya, mengagumi dirinya, dan menghormati dirinya. Kebutuhan ini yang membuat seorang narsistik menjadi bersikap arogan, ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi.

Kedelapan, kepemimpinan/otoritas, aspek ini terkait dengan perasaan bahwa narsistik merupakan seorang yang memiliki bakat sebagai pemimpin, dan seorang yang sukses. Dimensi ini juga terkait dengan keyakinan narsistik bahwa dirinya merupakan seorang yang dihormati, dan diakui oleh orang lain, terkait dengan wewenang dan otorisasi yang dimiliki oleh narsistik. Kesembilan, penerimaan diri/kekaguman diri, dimensi ini terkait dengan perasaan suka dan kagum narsistik, tentang sosok dirinya yang dianggap sebagai seseorang yang ideal, dan sempurna. Kesepuluh, superioritas/arogansi, dimensi ini terkait dengan sifat sombong narsistik terkait dengan kemampuan, bakat dan keunggulan yang dimiliki oleh narsistik, dan menganggap bahwa orang lain tidak lebih baik dari dirinya.

Menurut Sedikides dkk (2004), terdapat beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi kepribadian narsisme, sebagai berikut: a) self-esteem (harga diri), harga dirinya tidak stabil dan terlalu tergantung pada interaksi sosialnya memiliki harga diri yang rapuh, sehingga sangat rentan terhadap kritik. Seseorang yang memiliki tingkat self-esteem yang rendah cenderung lebih sering aktif di media sosial; b) depresion (depresi), suatu pemikiran negatif tentang dirinya, dunia, dan masa depan, adanya rasa bersalah dan kurang percaya dalam menjalani hidup. Seseorang yang mengalami depresi hal itu terjadi karena adanya anggapan bahwa dirinya adalah orang yang penting dan terokupasi dengan keinginan mendapatkan perhatian, jika tidak mampu mewujudkan harapan-harapannya sendiri maka ia menjadi putus asa dan cenderung menyalahkan orang lain; c) loneliness (kesepian), sebuah perasaan tidak menyenangkan yang berhubungan dengan ketidak-sesuaian antara kebutuhan untuk akrab dengan orang lain atau keakraban personal. Jika orang lain sedikit saja kurang memenuhi harapannya yang tidak realistis, mereka akan menjadi marah dan menyingkirkan orang tersebut. Hal ini membuat mereka tidak mampu untuk memahami orang lain dan memiliki sedikit empati karena perasaan iri dan arogansi, membuat tuntutan yang tidak realistik bagi orang lain untuk mengikuti keinginannya; d) subjective well-being (perasaan subjektif), individu merasa bahwa dirinya seakan-akan menjadi pribadi yang sempurna sehingga hal ini membuatnya hidup dalam fantasi keasyikan dengan khayalan akan keberhasilan, kekuatan, kecemerlangan, atau kecantikan yang tidak terbatas; dan e) kurangnya sosialisasi, berdasarkan jenisnya sosialisasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sosialisasi primer (dalam keluarga) dan sosialisasi sekunder (dalam masyarakat). Ketika seseorang hidup dalam dunianya sendiri dan lebih banyak menghabiskan waktunya hanya untuk kepentingan diri sendiri hal ini akan membuat seseorang tidak peduli dengan lingkungan sosialnya dan cenderung mementingkan kehidupannya sendiri, ketika mendapatkan kritikan dari lingkungan sosialnya ia tidak memperdulikannya karena baginya yang paling benar adalah dirinya sendiri.

Pengguna media sosial tiktok mengatakan bahwa mereka sangat senang menggunakan aplikasi tiktok yang awalnya mereka hanya ikut-ikutan kini menggunakan media sosial tiktok telah menjadi hobby. Beberapa pengguna menyatakan bahagia ketika membuat video dan diposting ke tiktok. Penggunaan tiktok yang intens ini membuat mereka terkadang hampir setiap hari membuat video, terlebih ketika ada sesuatu yang tren pada saat itu maka mereka akan segera membuat video yang sama, mereka senang dipuji dan mendapatkan like yang banyak, mereka seperti tidak memperdulikan bahwa banyak hal yang sebenarnya tidak pelu dipublikasikan. Mereka sangat sensitive terhadap kritik atau kegagalan yang tidak sesuai harapan mereka. Perilaku tersebut mengarah kepada perilaku yang dikenal dengan nartistik atau narsisme.

Penelitian Rahman dkk (2022) menyatakan bahwa munculnya motivasi perilaku narsisme yaitu: interaksi, yang dapat terjadi di dalam aplikasi tiktok sendiri karena tersedianya fitur-fitur yang mendukung seperti follow, comment, like, share, duet. Salah satu fitur andalannya adalah duet, karena fitur ini tidak di semua aplikasi memiliki fitur semacam ini. Selain itu juga interaksi yang terjadi di dalam aplikasi tiktok dapat dilihat ketika orang-orang membagikan aktivitas sehari-harinya di dalam aplikasi tersebut. Memori, dapat diartikan sebagai penyimpanan kenang-kenangan momen tertentu, akan tetapi selain itu juga terdapat salah satu fitur save yang dapat membuat seseorang bisa menyimpan video-video yang terdapat diaplikasi tiktok. Ekspresi diri, melalui aplikasi tiktok seseorang bisa mengekspresikan diri mereka dengan pembuatan konten-konten yang kreatif dan menarik. Hal ini menjadi salah satu motivasi mendasar yang kuat mengapa seseorang menggunakan aplikasi tiktok. Ekspresi diri ini salah satunya terkadang seseorang membuat konten seperti gerakan tarian-tarian.

Penelitian Pratiwi (2020) menyatakan bahwa munculnya motivasi perilaku narsisme yaitu dengan adanya media sosial tersebut memicu orang ingin berpenampilan sebaik mungkin, dengan tujuan supaya mendapat pujian dari orang lain dan agar dibilang keren, eksis, up to date, serta menganggap dirinya adalah yang paling segalanya dibandingkan lainnya. Sementara orang dengan perilaku yang demikian jauh dari memiliki pengendalian emosi, pengontrolan diri, rasa empati terhadap sesamanya, motivasi, kepekaan sosial atau keterampilan sosial. Penelitian Febriani (2021) menemukan motif mengekspresikan diri bahwa Ibu rumah tangga yang bermain Facebook,

mereka ingin mendapatkan pujian dan juga perlakuan yang belum pernah mereka dapatkan di dunia nyata sehingga mereka mencari hal tersebut melalui dunia maya. Penelitian Nuzuli (2023) menunjukkan bahwa adanya perilaku narsisme yang ditimbulkan bagi pengguna diperkuat dengan hasil wawancara.

Penelitian Susanti & AlFurqan (2022) menyatakan masih banyak pengguna yang belum memanfaatkan media sosial facebook ini sesuai dengan kegunaanya, ada tiga bentuk penyalahgunaan media sosial facebook yang terjadi, yaitu yang pertama, media sosial facebook digunakan sebagai tempat curhat, media sosial facebook digunakan sebagai tempat untuk saling menyindir, dan media sosial facebook digunakan sebagai tempat ajang riya'(pamer). Sementara penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran Ibu Rumah tangga di Desa Balongdowo dalam menggunakan media sosial aplikasi tiktok.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kejadian; itu juga dikenal sebagai deskriptif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bersifat sementara, dan dapat berkembang atau berganti setelah penelitian berada di lapangan. Maka dari itu penelitian kualitatif itu dapat mengubah masalah awal menjadi judul lain setelah mereka berada di lapangan dan langsung melihat keadaan yang terjadi di sekitar.

Penelitian mengambil sebanyak 2 orang ibu rumah tangga yang akan dijadikan sebagai subjek. Adapun kriteria yang digunakan dalam penetapan subjek penelitian ini yaitu: ibu rumah tangga, pengguna aktif tiktok dan hampir setiap hari membuka tiktok, memposting foto, video ataupun pesan berantai dari teman jejaringnya. Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara dan observasi. (Danuri, 2019).

Analisis data menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif, di mana peneliti memperoleh data melalui wawancara, observasi, atau studi literatur. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Pada fase reduksi data, data dari semua sumber yang tersedia disortir dan disaring sedemikian rupa sehingga hanya informasi yang relevan dan diperlukan saja yang disimpan. Pada tahap penyajian informasi, informasi yang dipilih dirangkai dalam bentuk yang mudah dipahami dan terorganisir seperti tabel, diagram atau model konseptual. Pada tahap konfirmasi atau inferensi, data dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya diperiksa kembali untuk memastikan bahwa data tersebut mendukung kesimpulan yang ditarik dan tidak bias (Miles et al., 2014).

HASIL

Fenomena narsistik yang terjadi di media sosial tiktok khusus nya pada ibu ibu terjadi karena motivasi berbagai hal untuk bertindak narsis, yang pada mulanya hanya mengisi kekosongan bahkan kebosanan dalam rutinitas setiap hari sebagai ibu rumah tangga yang terus menerus hanya kegiatan monoton yang dirasa membosankan. Adanya tiktok bisa mengisi waktu luang juga menambah penghasilan dengan endorse dan dapat barang gratis tentunya menambah kesenangan. Dimana pengaruh itu disebabkan karena otoritas, self sufficiency, superiotritas, eksivisionisme, eksploitasi, kesombongan, hak, kepemimpinan, penerimaan diri, arogansi, aktualisasi diri, penghargaan dan aspek social. Namun narsistik tersebut tidak selalu bernilai negative, lebih banyak positifnya karena bisa menuangkan kreativitas meski sudah jadi ibu rumah tangga dan menambah penghasilan dari uang endorse, barter value dan lainnya terlebih sering dapat sampel gratis produk dari berbagai brand.

Penelitian Rahman dkk (2022) mengungkapkan bahwa tiktok dapat dilihat ketika orang-orang membagikan aktivitas sehari-harinya di dalam aplikasi tersebut. Memori, dapat diartikan sebagai penyimpanan kenang-kenangan momen tertentu. Febriani (2021) menemukan motif mengekspresikan diri bahwa ibu rumah tangga yang bermain facebook, mereka ingin mendapatkan pujian dan juga perlakuan yang belum pernah mereka dapatkan di dunia nyata. Susanti & Alfurqan (2022) menyatakan masih banyak pengguna yang belum memanfaatkan media sosial facebook ini sesuai dengan kegunaanya media sosial facebook digunakan sebagai tempat curhat, media sosial facebook digunakan sebagai tempat untuk saling menyindir, dan media sosial facebook digunakan sebagai tempat ajang riya'(pamer). Kebaruan dalam penelitian ini adalah dimana mewawancarai 2 (dua) narasumber yang aktif di tiktok dengan bidang

konten yang berbeda jadi bisa mendapatkan dua sisi pemahaman. Dimana kedua narasumber memperhatikan aspek selain hanya mendapat pujian berupa komentar positif atau like tapi juga seperti aspek otoritas, aspek sosial dan penghargaan yang dijadikan tujuan utama dalam membuat konten.

SIMPULAN

Ibu rumah tangga yang juga berperan sebagai creator di tiktok memiliki tingkat narsistik yang tinggi dimana tidak begitu terbuka dengan kritik dan tetap teguh pada pendiriannya dan memiliki sifat mengunggulkan diri sendiri dan meremehkan creator lain dengan bidang serupa. Artinya ibu-ibu di Balongdowo yang sebagai konten kretaor adalah seorang yang narsis dan dimotivasi oleh lebih banyak followers, viewers dan penghargaan yang diberikan tiktok

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Lufthi., 2023, *Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta*, diakses melalui https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/JKRv8ayK-pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta

Danuri, M., 2019, Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital, *Jurnal Ilmiah Infokom: Informasi Komputer, Akuntansi dan Manajemen*, 15(2), 116-123

Febriadi, D. 2019. Media Sosial sebagai Media Eksistensi Diri (Studi Kualitatif Deskriptif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan III Universitas Teknologi Sumbawa di Media Sosial Facebook dan Instagram).

Febriani, Renia., 2021, Fenomena Penggunaan Facebook di Kalangan Ibu Rumah Tangga di Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan, *Skripsi*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau

Ferdiansyah, D. S. 2020. Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Kegiatan Dakwah Terhadap Transformasi Sosial Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah-Ntb. *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, *12*(1), 114–121.

Handayani. Nanik., 2014. Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Narsisme Pada Remaja Pengguna Facebook. *Skripsi*. UMS.

Miles, M.B., Huberman, A.M. and Saldana, J. 2014, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage, London

Nuzuli, A. K. 2023. Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Communications*, *5*(1), 533-570

Pratiwi, Rani Diah., Asrori, Muhammad., Yuline., 2020, Analisis Perilaku Narsisme pada Peserta Didik Kelas XII MIPA Man 2 Pontianak Tahun 2019, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 9(2), 1-10

Rahman, Sufiana., Jannah, Syifara Amalia Nur., Alifah, Syifa Nur., Romli, Usup., 2022, Motivasi Pengguna Aplikasi TikTok dalam Pandangan Islam.

Santrock, J. W. 2012. *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup*, Jilid I. (B. Widyasinta, Penerj.) Jakarta: Penerbit Erlangga

Sedikides, C., A, Rudich. E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M., & Rusbult, C. 2004. Are normal narcissists psychologically healthy?: selfesteem matters. *Journal of Personality and Social Psychology*. Southhampton: American Psychological Assoociation. 3(87). 400-416.

Susanti, N., & AlFurqan, A. 2022. Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Akhlak Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kampung Durian Kandang. *As-Sabiqun*, *4*(5), 1362-1374

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta