

NARSISME DAN PRESENTASI DIRI KALANGAN ANAK MUDA DALAM FITUR *INSTAGRAM STORIES*

Hildagardis Ananta Primarani

Dosen Pembimbing: Rendy Pahrin Wadipalapa, S.Ikom., MA.

Departemen Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

hildagardis.ap@gmail.com

Abstrak: Naiknya *Instagram stories* sebagai media sosial temporer telah menjadi fenomena di Indonesia. Pada penggunaannya, peneliti menemukan adanya perbedaan gaya dalam mengunggah konten antara *Instagram Feed* dan *Instagram Stories*. Media sosial sering dikaitkan dengan narsisme karena beberapa jurnalis dalam medianya menganggap perilaku berjejaring sosial merefleksikan kecenderungan perilaku narsistik. Foto *selfie* atau swafoto adalah salah satu sifat narsistik yang sering dikaitkan dengan narsisme. Padahal studi sebelumnya tidak menemukan hasil yang konklusif antara hubungan narsisme dengan media sosial. Ada yang mengatakan hubungannya positif, ada yang negatif, tetapi ada yang lain yang menemukan hasil yang campur. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi artikulasi narsisme dalam fitur *Instagram Stories*. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi kepada mahasiswa di Surabaya dari kalangan *selebgram*, *public figure* dan kalangan biasa. Hasil penelitian ini ditemukan artikulasi narsisme dalam *Instagram Stories* tidak berkaitan dengan banyak dan seringnya subjek penelitian mengunggah *stories* dan banyaknya swafoto atau swavideo, melainkan berkaitan dengan tujuan/maksud subjek penelitian dalam mengunggah dan citra *stories* yang dibangun. Selain itu pada subjek yang menginterpretasi narsisme secara positif, artikulasi dalam *Instagram Stories* tidak mempedulikan soal *selfie*. Sebaliknya, pada subjek yang memaknai secara negatif, artikulasi narsisme mereka mempedulikan soal foto dan video *selfie*.

Kata kunci: artikulasi, *Instagram Stories*, narsisme, presentasi diri.

PENDAHULUAN

Peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini dengan berbagai alasan-alasan yakni popularnya media sosial temporer. Media sosial temporer ditentukan oleh konten, posting, gambar dan video yang menghilang atau merusak dirinya sendiri setelah jangka waktu tertentu (Stanley, 2015:1). Rosen dan Rosen (2013:47) dalam Stanley (2015:1) menyatakan media sosial temporer ini merujuk pada layanan media sosial yang mereplikasi percakapan natural yang tidak terekam (a social-media service that replicates the unrecorded nature of ordinary conversation). Media sosial temporer ini menarik bagi peneliti karena sejak rilisnya fitur *Instagram Stories* pada Agustus 2016 (Instagram-press.com, 2016) muncul fitur-fitur lain yang merilis format serupa

seperti di aplikasi Line di versi 6.9.0 pada Desember 2016 (Line Blog, 2016), WhatsApp pada Februari 2017 (tempo.com, 2017), Facebook pada Maret 2017 (Bohang, 2017), dan YouTube pada November 2017 (Perez, 2017). Sebelumnya, format temporer ini menjadi fenomena sejak diperkenalkan oleh Snapchat yang rilis pada tahun 2011 (Perez, 2017).

Hal kedua yang menarik peneliti untuk mengangkat topik adalah seringnya isu narsisme dikaitkan dengan media sosial dalam penelitian. Namun demikian, ada hasil yang tidak konklusif. Gnambs dan Appel (2017:3) dalam metaanalisisnya tentang narsisme dan *Social Networking Sites* (SNS), menyebutkan peneliti dan jurnalis berargumen populernya SNS memiliki hubungan dengan narsisme pengguna dan bahwa perilaku bermedia sosial merefleksikan kecenderungan perilaku narsistik. Namun demikian, mereka juga menyebutkan bahwa batas-batas yang menghubungkan antara penggunaan SNS dan narsisme masih diperdebatkan (Gnambs dan Appel, 2017: 3). Beberapa studi empiris menemukan adanya hubungan positif antara narsisme dan perilaku berjejaring sosial (contoh: Fox & Rooney, 2015), studi lain menemukan hasil beragam (seperti pada Panek, Nardis & Konratz, 2013), namun bahkan ada yang menemukan hubungan negatif seperti pada Skues, William & Wise, 2012 (Gnambs dan Appel, 2017:3).

Ada banyak gagasan yang bisa diambil namun masih diperdebatkan yakni hubungan narsisme dengan SNS, hubungan narsisme dengan *selfie*, hubungan *selfie* dengan konsep diri dan sikap perilaku *self-posting*, serta hubungan antara narsisme dengan media. Dengan paparan di atas pula peneliti memiliki asumsi bahwa *Instagram Stories* memiliki kaitan dengan narsisme karena merupakan salah satu *platform* media sosial. Berita-berita dalam media di Indonesia, muncul istilah “foto narsis” yang menghubungkan antara *selfie* dan narsisme. Ada yang memberi kesimpulan akhir *selfie* adalah perilaku yang wajar (contoh: kompas.com, 2013), *selfie* berlebihan adalah gangguan narsisme (contoh: CNNIndonesia.com, 2015), *selfie* adalah perilaku narsisme (vemale.com, 2016; wolipop.detik.com, 2014) dan ada yang tidak memberi kesimpulan dengan mempertanyakan (contoh: merdeka.com, 2013). Dengan beragamnya sosialisasi terhadap narsisme ini, maka peneliti tertarik untuk mendalami pemahaman masyarakat tentang narsisme ini melalui artikulasi mereka dalam media sosial temporer yaitu *Instagram Stories*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma fenomenologis yang menekankan pada aspek subjektif perilaku orang (Moloeng, 1988:9). Dengan ini peneliti berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang diteliti sedemikian rupa sehingga mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari (Moloeng, 1988:9). Tipe penelitian ini adalah eksploratif dengan tujuan mengeksplorasi artikulasi narsisme kalangan anak muda dalam *Instagram Stories*. Kriteria subjek penelitian adalah antara lain 1). Anak muda usia 18-24 tahun 2). Berdomisili di Surabaya, 3). Kalangan selebgram, *public figure*, atau bukan keduanya, 4). Aktif

menggunakan *Instagram Stories*. Metode penelitian yakni observasi, wawancara mendalam, dokumentasi. Tahapan prosedur penelitian yakni sebagai berikut.

1. Peneliti melakukan observasi pendahuluan melalui akun *instagram* miliknya untuk mencari informan yang sesuai kriteria
2. Peneliti memilih 9 informan yang sesuai kriteria dengan komposisi 2 selebgram, 1 *public figure*, dan 5 bukan keduanya. Jumlah subjek perempuan 7 orang dan laki-laki 1 orang.
3. Peneliti melakukan observasi virtual dan dokumentasi melalui *stories-stories* informan. Observasi dan dokumentasi dilakukan tanpa sepengetahuan informan untuk menjada kenaturalann *posting*
4. Peneliti menghubungi informan dan meminta persetujuan informan untuk dilakukan observasi lebih lanjut dan wawancara mendalam. Pada tahap ini hanya 8 informan yang setuju. Data mengenai 1 informan lainnya langsung dihapus pada tahap ini
5. Melakukan wawancara mendalam dan observasi lingkungan informan secara kontinu. Pertama kali dilakukan secara tatap muka, setelah itu dilakukan melalui telepon dan pesan singkat secara *online*.
6. Melakukan pengolahan dan analisis data dari *stories-stories* dan transkrip wawancara, konfirmasi data informan, dan penulisan laporan

TEMUAN DAN INTERPRETASI DATA

I. Interpretasi Narsisme dalam *Instagram Stories*

Narsisme dimaknai beragam oleh banyak orang, baik positif maupun negatif. Pada subbab ini peneliti hendak mengetahui interpretasi narsisme menurut para subjek penelitian. Berdasarkan hasil wawancara mendalam kepada 8 subjek penelitian, ditemukan kata-kata kunci interpretasi narsisme dalam *instagram stories* sebagai berikut: i). terlalu bangga pada dirinya sendiri; ii). percaya diri; iii). suka selfie atau memfoto dirinya sendiri; iv). sering mengunggah post/tingginya intensitas mengunggah foto; v). upaya ingin menonjolkan diri; vi). upaya mencari perhatian; vii). melibatkan kehidupan pribadi atau hal yang natural/menjadi kebiasaan sehari-hari atau hal yang tidak penting/tidak jelas apa yang hendak disampaikan/tidak berfaedah/tidak bernilai; viii). sikap yang menunjukkan/meng-expose/mengekspresikan dirinya sendiri; ix). Alay.

Selain mengeksplorasi interpretasi narsisme para subjek penelitian, peneliti juga mendalami kesadaran diri mereka terhadap sikap narsistik mereka. Ditemukan bahwa ada 2 informan merasa dirinya berperilaku narsistik, 2 informan merasa tidak berperilaku narsistik, sisanya tidak mengetahui apakah perilaku mereka narsistik atau tidak. Selanjutnya ketiga kesadaran perilaku ini akan dikelompokkan dan disebut sebagai *kelompok narsisme positif*, *kelompok narsisme negatif*, dan *kelompok narsisme ragu-ragu*.

Kelompok pertama, *narsisme positif* yakni para subjek informan yang merasa dirinya berperilaku narsistik dan memaknai narsisme sebagai hal yang positif.

Narsisme bagi kelompok ini adalah sesuatu yang wajar selama tidak berlebihan. Hal ini dikarena narsisme adalah sikap percaya diri. Kelompok yang kedua yakni kelompok *narsisme negatif*. Kelompok narsisme negatif yakni para subjek informan yang merasa dirinya tidak berperilaku narsistik dan memaknai narsisme sebagai hal yang negatif. Mereka merasa tidak berperilaku narsistik karena tidak suka mengeksplorasi diri mereka sendiri. Mengeksplorasi diri sendiri bagi kelompok ini adalah hal yang negatif. Kelompok ketiga yakni *kelompok narsisme ragu-ragu*. Pada kelompok ini mereka tidak tahu apakah mereka termasuk berperilaku narsistik atau tidak. Namun peneliti menemukan bahwa kelompok ini menginterpretasi narsisme sebagai hal yang negatif.

II. Presentasi Diri dalam *Instagram Stories*

II.1. Kelompok narsisme positif

Berdasarkan kedua informan yang memaknai narsisme sebagai hal positif, presentasi diri yang ditampilkan berkaitan dengan kepercayaan diri yaitu menampilkan dirinya di depan kamera (swafoto dan swavideo) serta menampilkan kegiatan-kegiatan yang sedang mereka lakukan. Hanya yang menjadi perbedaan keduanya adalah ada yang menunjukkan dirinya di *instagram stories* karena tuntutan publik sedangkan yang lainnya karena tidak ingin ada cibiran dari akun lain. Selain itu ada subjek penelitian yang terbiasa untuk tidak membagikan hal-hal yang galau/sedih kepada publik sedangkan subjek lainnya sebenarnya ingin seperti orang pada umumnya yang membagikan kegiatan apapun. Oleh karena itu satu subjek membagikan kegiatan dengan sasaran audiens yang lebih luas yakni kepada penonton umum sedangkan subjek lain membagikan kegiatan kepada umum namun secara tidak langsung kepada orang-orang yang ia harapkan atau *ngode*.

Dengan sasaran audiens yang berbeda, konten yang ditampilkan oleh kedua subjek pun juga menjadi berbeda meskipun keduanya sama-sama adalah *public figure* dan memiliki *followers* yang jumlahnya ribuan. Maka dari itu apa yang ditampilkan oleh subjek dapat disebut sebagai upaya presentasi diri. Hal ini dikarenakan presentasi diri adalah perilaku yang mencoba untuk menyampaikan beberapa informasi tentang diri sendiri atau gambar diri seseorang kepada orang lain (Baumeister & Hutton, 1987: 71). Informasi tentang diri sendiri ini ditampilkan melalui kegiatan mereka, makanan favorit, lagu kesukaan, atau teman-teman mereka dalam *instagram stories*.

II.2. Kelompok narsisme negatif

Berdasarkan apa yang diutarakan oleh 2 subjek penelitian dalam kelompok yang memahami narsisme sebagai hal yang negatif, mereka menampilkan diri di *instagram stories* tanpa membicarakan hal-hal yang pribadi seperti soal menceritakan kesedihan atau tentang keluarga dan pacar atau tanpa membicarakan hal-hal pribadi seperti tidak menceritakan kehidupan yang biasanya. Mereka menampilkan diri mereka sebagai seseorang yang hobi makan dan seorang ‘kidz jaman now’ dalam

swafoto, kegiatan-kegiatan mereka, menuliskan kutipan atau lagu. Mereka juga tidak terlalu banyak membuat *story*. Dengan ini perilaku narsistik menurut mereka yaitu antitesis dari mereka yakni menampilkan diri di *instagram stories* dengan membicarakan hal-hal yang bersifat pribadi, dengan jumlah yang banyak. Dalam *instagram stories*, subjek berupaya untuk membentuk diri mereka menyesuaikan dengan audiens.

Satu subjek yang memiliki *followers* 20.132 akun menghindari untuk mengunggah *story-story* yang bersifat pribadi karena menurutnya pengguna internet di Indonesia ini cukup membuat lelah karena terlalu banyak mengomentari kehidupan orang. Seorang subjek penelitian mengatakan ketika ia mempunyai masalah ia selalu menyelesaikannya dengan orang yang bersangkutan, bukan dengan menceritakannya melalui media sosial. Maka dari itu ia merasa bukan orang yang narsistik. Subjek lainnya pun juga berupaya mempresentasikan dirinya yakni dengan bersikap berbeda-beda di tiap situasi dan kondisi yang berbeda. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, presentasi diri diaktifkan oleh kehadiran dari orang lain dan oleh pengetahuan orang lain tentang seseorang.

II.3. Kelompok narsisme ragu-ragu

Sampai pada titik ini peneliti mengambil kesimpulan bahwa sebenarnya dua subjek dari kelompok narsisme ragu-ragu menggunakan *instagram stories* untuk mengekspresikan diri mereka. Namun ada audiens yang membuat mereka akhirnya kembali menilai diri mereka sendiri. Keduanya mengambil nilai yang berbeda. Satu subjek berusaha menghapus *story-storynya* sedangkan subjek lainnya berusaha mengurangnya. Ada subjek yang tidak mendapatkan respon negatif mengenai *storynya* sehingga tetap mengunggah sedangkan subjek lain diberitahu temannya untuk mengurangi karena terlalu banyak. Namun pada akhirnya keduanya menampilkan diri mereka melalui swafoto dan video serta menampilkan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan perannya yakni mahasiswa.

Subjek lain dalam kelompok ini berbeda dengan 2 subjek sebelumnya. Ia cenderung tidak suka tampil di depan kamera. Ia menampilkan dirinya melalui tulisan-tulisan yang dibuatnya dan dengan foto diri yang tidak menampilkan wajahnya. Namun ia terkadang menghapus *story* miliknya, seperti yang dilakukan oleh 2 subjek sebelumnya. Yang menjadi perbedaan dengan 2 subjek sebelumnya yakni subjek ini ingin menghapusnya karena sudah kehilangan 'rasa' atas apa yang ia rasakan, bukan karena audiens. Selain menampilkan diri melalui tulisan, ia juga menampilkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kampus dan tempat lainnya dan kegiatan bersama dengan teman serta keluarganya.

Subjek terakhir berbeda dengan yang 3 subjek sebelumnya. Ia berupaya menampilkan dirinya dengan sisi yang berbeda yakni seperti manusia biasa karena ia ingin menampilkan citra-citra tertentu dalam media sosialnya. Dalam *instagram*

storiesnya subjek ini menampilkan dirinya melalui humor, omelan, dan foto dirinya (bukan swafoto).

III. Refleksi Teoritik atas Narsisme dan Presentasi Diri dalam *Instagram Stories*

Dari hasil presentasi *stories* para subjek penelitian, kebanyakan dari *stories-stories* tersebut menampilkan diri mereka sendiri melalui swafoto dan swavideo, menampilkan kegiatan mereka ketika bersama teman kampus, bersama keluarga, menampilkan juga prestasi mereka dan sebagainya. Kebanyakan dari tampilan-tampilan tersebut diambil dengan kamera depan dan menampilkan diri mereka sendiri. Dengan hanya melihat tampilan tersebut audiens bisa saja memberikan penilaian seolah-olah subjek peneliti berperilaku narsistik dalam media sosial. Hal ini dikarenakan perilaku narsistik dalam media sosial yakni seperti suka menampilkan diri, memiliki kepercayaan diri, dominasi, emosional, berubah sikap (*moody*) dan sebagainya yang ada dalam narsisme destruktif (*grandiose narcissism*) dan narsisme defensif (*vulnerable narcissism*). Namun ternyata tidak semua cirri dalam 2 tipe narsisme ini ditemukan pada para subjek penelitian utamanya saat peneliti melakukan wawancara mendalam.

Ditemukan bahwa para subjek penelitian memiliki penghargaan diri yang cukup, yang mana dalam narsisme seharusnya masalah penghargaan diri menjadi kurang. Kurangnya penghargaan diri adalah hal yang menjadi salah satu tanda narsisme (Hartwell-Walker, 2016). Dengan ini maka artikulasi narsisme tidak hanya bisa dilihat dari swafoto dan swavideo dalam *Instagram Stories* itu sendiri melainkan dengan menanyakan tujuan atau maksud unggahan *stories* tersebut.

SIMPULAN

Dengan temuan dan interpretasi demikian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. artikulasi narsisme dalam Instagram Stories bergantung pada pemaknaan subjek penelitian terhadap narsisme dan kesadaran akan perilaku narsistik mereka. Jika pemaknaan itu positif dan subjek peneliti sadar akan perilakunya, maka artikulasi narsisme subjek tidak mempedulikan mengenai perilaku berfoto selfie dan menganggapnya sebagai sebuah bentuk kepercayaan diri. Namun jika pemaknaan itu negatif dan subjek peneliti sadar akan perilakunya, maka subjek akan mempedulikan perilakunya terhadap berfoto selfie. Pemaknaan narsisme secara negatif ini dikarenakan pemaknaan oleh para subjek penelitian menyempit menjadi perilaku narsistik di media sosial yaitu berfoto selfie dan menganggapnya sebagai sebuah sikap yang alay (kampungan) dan norak. Namun demikian, ada pula subjek penelitian yang ragu-ragu akan perilakunya yang narsistik, sehingga di satu sisi ia peduli bahwa perilakunya dalam berfoto selfie adalah hal yang negatif tetapi di sisi lain masih atau ingin melakukannya.
2. Berkenaan dengan presentasi diri dalam Instagram Stories, pemaknaan dan kesadaran akan konsep narsisme serta sifat temporer Instagram Stories turut mempengaruhinya. Subjek penelitian yang memaknai narsisme sebagai hal positif tidak mempermasalahkan

jumlah swafoto atau swavideo yang mereka unggah, namun bagi yang memaknainya sebagai hal negatif akan mempermasalahkan jumlah swafoto dan swavideo yang mereka unggah. Presentasi diri ini juga dipengaruhi, 1). peran para subjek penelitian seperti sebagai *public figure*, selebgram, atau mahasiswa biasa, 2). Situasi dan suasana yang menjadi konteks dalam membuat konten 3). respon dari orang-orang disekitar mereka terhadap konten mereka, dan 4). pembatasan diri mereka dalam mengunggah konten.

3. Dengan demikian artikulasi narsisme dalam *instagram stories* yakni bukan semata-mata soal seringnya dan banyaknya menampilkan diri baik melalui swafoto dan swavideo, bukan semata-mata soal perubahan sikap (*moody*) dalam mengunggah, bukan semata-mata soal kepercayaan diri, melainkan soal menampilkan citra diri yang dibangun sebaik-baiknya oleh diri sendiri dan yang ingin ditunjukkan kepada orang lain. Frekuensi posting, jumlah swavideo dan swafoto tidak bisa menjadi ukuran dalam artikulasi narsisme di Instagram Stories melainkan citra stories dan tujuan stories tersebut diunggah.

SARAN

Penelitian ini memfokuskan pada artikulasi narsisme dalam fitur *instagram stories* dengan subjek penelitian yakni pengguna instagram aktif berusia 18-24 tahun. Pada penelitian selanjutnya dapat secara detail membedakan antara narsisme dalam media sosial temporer dan media sosial yang permanen. Selain itu dapat dilakukan studi yang lebih bersifat eksperimental untuk mendalami manifestasi narsistik pada media sosial temporer dengan partisipan dari kepribadian yang bermacam-macam dan dari kalangan remaja akhir atau dewasa tetapi sudah dengan melakukan tes perilaku narsistik dengan *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baumeister R.F., Hutton D.G. (1987) Self-Presentation Theory: Self-Construction and Audience Pleasing. In: Mullen B., Goethals G.R. (eds) *Theories of Group Behavior*. Springer Series in Social Psychology. Springer, New York, NY, Chapter 4, hal. 71-87 [Diakses 4 April 2018] doi: 10.1007/978-1-4612-4634-3_4
- Bohang, Fatimah Kartini (2017) Facebook Stories Serupa Snapchat Bisa Dijajal di Indonesia. 29 Maret 2017 [Diakses pada 8 Mei 2017]
<http://teknokompas.com/read/2017/03/29/10023117/facebook.stories.serupa.snapchat.bisa.dijajal.di.indonesia>.
- CNN (2015) Mengenal Narsisme, Gangguan Jiwa karena Selfie Berlebihan. CNN, 7 Januari 2015 [Diakses 15 Mei 2018] <https://www.cnnindonesia.com/gaya->

hidup/20150107143051-25522962/mengenal-narsisme-gangguan-jiwa-karena-selfie-berlebihan

- Gnambs, Timo dan Appel, Markus (2017) Narcissism and Social Networking Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Personality*, 2017, Accepted Article, [Diakses 20 Februari 2018] doi: 10.1111/jopy.1230
- Hartwell-Walker, Marie (2016) Narcissistic Personality Disorder vs. Normal Narcissism. 13 Mei 2016 [Diakses 11 April 2018] <https://psychcentral.com/lib/narcissistic-personality-disorder-vs-normalnarcissism/>
- Instagram-press.com (2016) Introducing Instagram Stories. 2 Agustus 2016 [Diakses pada 17 Mei 2018] <https://instagrampress.com/blog/2016/08/02/introducing-instagram-stories/>
- Moleong, Lexy J (1988) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kompas.com (2013) Apa Kata Psikolog soal "Foto Narsis" di Jejaring Sosial?. Kompas.com 18 Desember 2013 [Diakses 15 Mei 2018] <https://lifestyle.kompas.com/read/2013/12/18/1151301/Apa.Kata.Psikolog.soal.Foto.Narsis.di.Jejaring.Sosial>
- Line Blog (2016) Enjoy larger text and one hour self-destructing posts on Timeline, plus more great features with LINE 6.9.0! 1 Desember 2016 [Diakses 13 Mei 2018] <http://officialblog.line.me/en/archives/1062803975.html>.
- Merdeka.com (2013) Selfie adalah tanda orang narsis dan kurang percaya diri?. Merdeka.com, 17 Juli 2013 [Diakses 15 Mei 2017] <https://www.merdeka.com/teknologi/selfie-adalah-tanda-orang-narsis-dankurang-percaya-diri.html>.
- Perez, Sarah (2017) YouTube is launching its own take on Stories with a new video format called 'Reels'. 29 November 2017 [Diakses 13 Mei 2018] <https://techcrunch.com/2017/11/29/youtube-is-launching-its-own-takestories-with-a-new-video-format-called-reels/>
- Rosen, J., & Rosen, C (2013) *Temporary Social Media*. [Diakses 18 April 2017] <https://www.technologyreview.com/s/513731/temporary-social-media/>
- Stanley, Barak. 2015. *Uses and Gratification of Temporary Social Media: A Comparison of Snapchat and Facebook*. Tesis, California State University. United States: ProQuest Dissertations Publishing
- Tempo.com. (2017) WhatsApp Luncurkan Fitur Status, Begini Cara Mengaktifkannya. [Diakses 8 Mei 2017] <https://m.tempo.co/read/news/2017/02/23/072849463/whatsappluncurkan-fitur-status-begini-cara-mengaktifkannya>.

Wolipop.detik.com (2015) Selfie dan Narsis, Serupa Tapi Tak Sama. Detik.com, 7 Februari 2014 [Diakses 15 Mei 2017]

Vemale.com (2016) Suka Selfie atau Memang Narsis? Cek Tipe Perilaku Narsisisme Ini. 27 Februari 2016 [Diakses 15 Mei 2017]