

Narcissism in audience effect = Narsisisme dalam audience effect

Ines Patricia Suherman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506000&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyak studi telah meneliti mengenai audience effect, yaitu sebuah fenomena dimana kehadiran audiens dapat memengaruhi tingkah laku seseorang. Akan tetapi, karakteristik kepribadian, seperti narsisisme, belum banyak diteliti dalam memahami audience effect. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana narsisisme memengaruhi audience effect, berdasarkan teori evaluation apprehension. Penelitian ini menggunakan 2x2 between-subject experimental design. Empat puluh mahasiswa sarjana diklasifikasikan menjadi mahasiswa yang memiliki level narsisisme yang tinggi dan level narsisisme yang rendah, lalu diminta untuk mengerjakan soal matematika dihadapan audiens atau sendiri. Level narsisisme diklasifikasikan berdasarkan skor Narcissism Personality Inventory (NPI). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki level narsisisme yang tinggi tidak menunjukkan performa yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki level narsisisme yang rendah. Selain itu, ada dan tidak adanya audiens juga tidak memengaruhi performa mahasiswa yang memiliki level narsisisme yang tinggi. Performa mahasiswa dilihat dari jumlah soal matematika yang dikerjakan dengan benar. Lingkup ini perlu diteliti lebih lanjut karena hasil yang non-signifikan ini mungkin disebabkan oleh perlu ditingkatkannya studi ini (e.g., menambah jumlah partisipan, memberi soal-soal yang lebih mudah, dan membuat suasana dimana partisipan merasa ditonton oleh audiens). Meskipun demikian, studi ini menyimpulkan bahwa narsisisme tidak memiliki peran yang signifikan dalam audience effect.

There are extensive studies regarding audience effect, where the presence of an audience influences an individual's behaviour. However, not many personality traits, like narcissism, have been explored to improve the understanding of audience effect. So, this study aims to see how narcissism influences audience effect, as explained by evaluation apprehension theory. Using a 2x2 between-subjects design, forty undergraduates were classified into high narcissism and low narcissism and asked to do math questions in front of an audience or alone. The participant's levels of narcissism we established using the scores from the Narcissism Personality Inventory (NPI). Results show individuals with high narcissism do not perform (i.e., seen through the correct answers of the math question) better than those with low narcissism in front of an audience. Furthermore, the presence and absence of an attentive audience has no effect on the performance of individuals with high narcissism. Though results are nonsignificant, this scope should be further explored as the nonsignificant results might be due to the need of improvements (e.g., increase participants, give simpler tasks, and create a condition where participants would feel evaluated by the audience). Nevertheless, this study concludes that narcissism did not play a significant role in audience effect.