

## Perilaku Narsisme dan Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial *Tiktok* Pada Siswa SMA

Lidyamega Handari Putri<sup>1</sup>, Binti Isrofins<sup>2</sup>

Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Banaran, Gunung Pati,

telp. (024) 8508093

e-mail: [\\*1Mega.handari@gmail.com](mailto:*1Mega.handari@gmail.com) , [2bintiisrofin@mail.unnes.ac.id](mailto:2bintiisrofin@mail.unnes.ac.id)

**Abstract.** The number of students accessing the internet every year makes any changes that occur in adolescence which can cause certain problems in him. ideally adolescents are able to develop well, not displaying behavior that leads to negative behavior. Narcissists are very self-centered, always emphasize that they are perfect (self-congratulatory), and see their desires and hopes as important things. Self-esteem affects the use of social media in a teenager seen when publishing himself by displaying photos or videos that are considered attractive and tend to be indifferent. This study aims to examine the relationship between narcissistic behavior and self-esteem on the use of *Tiktok* social media. The sampling technique used is proportioned random sampling, total sample 213 with data collection using a psychological scale. The data analysis technique uses multiple linear regression by showing the results of a positive and significant relationship between narcissistic behavior and self-esteem on the use of *TikTok* social media with a significance result of  $0.000 < 0.05$  and a calculated F value of  $11.027 > \text{table } 2.14$

*Keywords:* (Narcissists, Self-esteem, *Tiktok* social media)

**Abstrak.** Banyaknya siswa dalam mengakses internet setiap tahunnya membuat Adanya perubahan yang terjadi didalam masa remaja dapat menimbulkan problema tertentu didalam dirinya. idealnya remaja mampu berkembang dengan baik, tidak menampilkan perilaku yang mengarah pada perilaku negatif. Pelaku narsisme sangat berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna (*self-congratulatory*), serta memandang keinginan dan harapannya adalah hal yang penting. Harga diri berpengaruh terhadap penggunaan media sosial pada seorang remaja terlihat ketika mempublikasikan diri dengan menampilkan foto maupun video yang dirasa cukup menarik dan cenderung acuh tak acuh. Penelitian bertujuan untuk menguji keterkaitan perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportioned random* sampling, total sampel 213 dengan pengumpulan data menggunakan skala psikologis. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menunjukkan hasil adanya hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok* dengan hasil signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan nilai F hitung sebesar  $11.027 > \text{tabel } 2.14$

*Kata kunci:* (Perilaku Narsisme, Harga Diri, Media Sosial *Tiktok*)

## A. PENDAHULUAN

Usia remaja dalam bersekolah sering mengalami perubahan lingkungan, dimulai dari lingkungan keluarga yang berada dirumah beralih ke lingkungan sekolah dengan memberikan pengaruh terhadap siswa. Di masa ini seorang siswa akan menerima dan memilah pengaruh apa saja yang mampu diterimanya. Pada akhirnya gaya hidup dan perilaku siswa memicu kecenderungan untuk menimbulkan *prestise* dan tampil beda dari lingkungannya (Angelina, 2016).

Dewasa ini hampir dapat dipastikan setiap orang yang memiliki sebuah telepon pintar mempunyai akun media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *path*, bahkan aplikasi untuk merepresentasikan perasaan seperti *tiktok* *bigo* *live* dan sebagainya (Mulawarman & Aldila, 2017). Kondisi ini merupakan sebuah keadaan yang mengubah bagaimana kemampuan berkomunikasi melalui media sosial begitu luas.

Adanya perubahan yang terjadi didalam masa remaja dapat menimbulkan problema tertentu

didalam dirinya. Siswa SMA yang masuk ke ranah masa remaja sering terjadi permasalahan-permasalahan yang menyangkut dengan media sosial. Prayitno (2006) menjelaskan, idealnya remaja mampu berkembang dengan baik, tidak menampilkan perilaku yang mengarah pada perilaku negative. Tingkah laku yang negative bukan merupakan perkembangan remaja yang normal, remaja yang berkembang dengan baik maka akan mampu menampilkan perilaku yang positif dan benar.

Secara tidak sadar dalam prosesnya terkadang pelaku yang mengunggah video ke media tiktok akan mendapatkan pujian atau bahkan hinaan yang secara tidak langsung akan mempengaruhi kondisi psikis siswa (Cencelia, 2016). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 28 Maret 2020 pada sebuah situs penyedia jasa internet Indonesia (APPJII) diperoleh informasi bahwa pengguna internet berdasarkan usia terdiri dari rentang 5-9 tahun sebanyak 25,2%, 10-14 tahun sebanyak

66,2%, 15-19 tahun sebanyak 91%, 20-24 tahun sebanyak 88,5%, 25-29 tahun sebanyak 82,7%, 30-34 tahun sebanyak 76,5%, 35-39 tahun sebanyak 68,5%, 40-44 tahun sebanyak 51,4%, 45-49 tahun sebanyak 47,6%, 50-54 tahun sebanyak 40,9%, 55-59 tahun sebanyak 40%, 60-64 tahun sebanyak 16,2%, dan usia >65 sebanyak 8,5%, artinya pengguna internet didominasi oleh usia remaja.

Apriliani, (2015) menjelaskan perilaku narsisme berasal dari diri seorang siswa. Narsisme merupakan cinta diri, dimana memperhatikan diri secara berlebihan, memiliki keyakinan yang berlebihan terhadap dirinya, seperti fantasi, akan keberhasilan, dan kekuasaan, cinta ideal yang memiliki pengakuan, akan kecerdasan atau kepandaian. Santrock (2011:437) menjelaskan narsisme adalah pendekatan terhadap oranglain yang berpusat pada diri (*self-centered*) dan memikirkan diri sendiri (*self-concerned*). Pelaku narsisme sangat berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna (*self-congratulatory*), serta memandang keinginan dan harapannya adalah hal yang penting.

Harga diri berpengaruh terhadap penggunaan media sosial pada seorang remaja terlihat ketika mempublikasikan diri dengan menampilkan foto maupun video yang dirasa cukup menarik dan cenderung acuh tak acuh. Sukmasari sebagaimana yang dikutip oleh Rizki (2017) mengungkapkan bahwa foto-foto yang diunggah seseorang kemudian mendapatkan "likes" dari orang lain, dan mendapatkan komentar terhadap foto adalah aspek yang mendorong efek harga diri pada individu.

Ketika remaja mendapatkan banyak like, banyak komentar pada video yang diupload di aplikasi TikTok, maupun banyak follower yang dimiliki individu merasa dirinya berharga. Keberhargaan diri tersebut ditentukan oleh faktor persetujuan sosial dalam bentuk persetujuan dari orang lain. Tidak hanya dapat meningkatkan harga diri saja namun juga dapat mengurangi harga diri remaja. Sejalan dengan pendapat Raymer (2015) yang menyatakan bahwa individu dengan harga diri rendah menggunakan media sosial dengan tujuan agar ia diterima oleh

orang lain (*gain acceptance*), sementara individu dengan harga diri tinggi menggunakan media sosial untuk menunjang popularitasnya.

Rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab bagaimana tingkat narsisme pada siswa, bagaimana tingkat Self-esteem pada siswa SMA, bagaimana tingkat penggunaan media sosial tiktok pada siswa SMA, keterkaitan antara narsisme dengan penggunaan media sosial tik tok pada siswa SMA, Keterkaitan self esteem dengan penggunaan media sosial tik tok pada siswa SMA, keterkaitan antara narsisme dan self esteem dengan penggunaan media sosial tik tok pada siswa SMA Se

## B. LANDASAN TEORI

### 1. Penggunaan Media Sosial *Tiktok*

Media sosial berasal dari dua kata "media" dan "sosial" dengan padanan kata media yang berarti alat komunikasi (Laughey, 2007). Sedangkan kata sosial diartikan sebagai setiap tindakan yang dilakukan oleh individu dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat. Ellison sebagaimana yang

dikutip oleh Triastuti (2017) mengungkapkan bahwa sebagian besar media sosial dapat membuat orang-orang untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi, mengenal dan berhubungan dengan orang lain berdasarkan ketertarikan yang sama.

Teori penggunaan dan kepuasan atau use and gratification theory merupakan landasan bahwa individu memiliki kebutuhan yang kompleks dan sangat luas untuk dipenuhi melalui penggunaan media (Bungin, dalam Gupta, 2018). Pendapat lain dikemukakan oleh Katz dan Hazz (Dalam Effendy, 2000) yang berisi alasan pemenuhan kebutuhan pada seseorang yang ingin dipenuhi melalui penggunaan media diantaranya:

Teori Use and Gratification merupakan salah satu teori yang paling efektif digunakan dalam penggunaan media sosial. Pendekatan teori use and gratification yang berasal dari sumber-sumber literasi komunikasi yang mendasar terhadap alasan seseorang menggunakan atau bahkan menghindar dari sebuah media sosial. Dalam penggunaan

media sosial teori use and gratification menganggap bahwa pengguna yang bersifat aktif dalam memenuhi kebutuhannya terhadap penggunaan media masa (Kubey and Csikszentmihalyi dalam saputra 2019).

Dalam pendapat lain Lariscy, Tinkham & Sweester (2011) juga dikatakan bahwa teori use and gratification yang berakar pada literature komunikasi, dapat menggunakan literature komunikasi, dan dapat menggunakan bagian dari integral skala yang dapat digunakan untuk penelitian media sosial dengan prinsip yang akan digunakan bahwa individu memperoleh kepuasan yang paling tinggi dalam memanfaatkan media sosial utamanya penggunaan media sosial tiktok yang menjadi obyek dalam penelitian ini dan akan dijabarkan masing-masing aspek berikut ini.

#### a. *Cognitive gratification*

Bias dikatakan sebagai kepuasan keingintahuan atau biasa disebut dengan *gratification of curiosity*. Kebutuhan untuk memperoleh kepuasan keingintahuan ini dapat didasarkan pada sebuah keinginan

dan hasrat untuk dapat memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk menyelidiki. Dalam pengembangannya *cognitive gratification* dari media sosial berupa kepuasan dalam mendapatkan informasi dengan melihat berbagai postingan yang dilakukan kepada pengguna lain.

#### b. *Hedoni Gratification*

*Hedoni Gratification* merupakan keinginan untuk dapat beristirahat, bersantai, dan menghabiskan waktu, dan memperoleh kepuasan atas pengalaman yang menyenangkan atau biasa disebut dengan *gratification of a strengthening joyful experience*. *Hedonic gratification* merupakan aspek utama dalam penentuan pengguna terhadap sikapnya terhadap jaringan sosial. Dalam penggunaan media sosial tiktok apakah memberikan pengguna merasa puas terhadap media sosial yang dimiliki, memperoleh hiburan hasrat melakukan pelepasan diri dari rutinitas dan untuk relaksasi.

#### c. *Integrative Gratification*

*Integrative gratification* merujuk kepada rasa puas dalam membentuk sebuah identitas

pengguna. Meningkatkan nilai-nilai individu, membentuk rasa kedekatan atau kepemilikan dengan pengguna yang menggunakan media sosial. Hal tersebut dapat tercermin dari hasrat akan harga diri seperti pengungkapan diri, berbagi, atau memberikan komentar didalam menggunakan media sosial yang dimiliki.

#### d. *Social Interactive Gratification*

Social interactive gratification berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan kontak dengan keluarga, teman sebaya, dan masyarakat luas. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi ditunjukkan dengan kebutuhan menjalin hubungan sosial terhadap orang lain melalui media sosial, ada tidaknya manfaat dalam menggunakan media sosial terhadap pengguna lain.

## 2. Perilaku Narsisme

Narsistik adalah pola kepribadian yang didominasi oleh perasaan dirinya hebat, senang dipuji dan dikagumi serta tidak ada rasa empati, kepribadian narsistik memiliki perasaan yang kuat bahwa dirinya adalah orang yang sangat penting serta merupakan individu yang unik.

Mereka sangat sulit sekali menerima kritikan dari orang lain, sering ambisius, dan mencari ketenangan (Ardani,2011). Sedangkan menurut Davidson,dkk (2012) orang-orang dengan kepribadian narsistik memiliki pandangan yang berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka, mereka terfokus dengan fantasi keberhasilan besar.

Sanrock (2011) menjelaskan narsisme merupakan sebuah tindakan pendekatan kepada oranglain yang berpusat pada diri (*self-centered*) dan memikirkan diri sendiri (*selfconcerned*). Biasanya pelaku narsisme tidak dapat menyadari keadaan aktual diri sendiri dan bagaimana orang lain memandang dirinya. Ketidaktahuan ini menyebabkan sulitnya penyesuaian terhadap mereka. Pelaku narsisme berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna (*self-congratulatory*), serta memandang keinginan dan harapannya adalah hal yang penting.

Aspek-asek narsistik dikembangkan oleh Vaknin dalam Widiyanti Solehuddin & Saomah (2017) yang selanjutnya diturunkan menjadi indikator diantaranya:

a. Memiliki Perasaan Grandiose

Perasaan Grandiose adalah perasaan megah seperti melebih-lebihkan, dan memiliki self important yang merupakan tuntutan diri untuk diakui sebagai supervison atau sepadan. Street (2005) menjelaskan perasaan grandiose didalamnya mencakup tentang memiliki rasa yang didasarkan pada kepentingan terhadap diri sendiri yang sangat besar.

b. Dipenuhi Dengan Fantasi

Perasaan penuh dengan fantasi seperti terobsesi dengan ketenaran, terobsesi dengan keindahan tubuh dan lainnya. Engkus (2019) menambahkan dipenuhinya rasa fantasi akan membuat seseorang selalu membutuhkan kekaguman dan pujian yang berasal dari orang lain.

c. Merasa Diri Spesial

Merasa diri special adalah individu yang memiliki sesuatu khusus dan special sehingga merasa paling hebat dengan yang lainnya. Street (2005) juga menjelaskan didalam merasa diri spesial membuat individu menganggap diri istimewa dan merasa unik sehingga hanya sudi untuk bergaul dengan individu lain yang

memiliki status tinggi atau berhubungan dengan institusi yang berkelas.

d. Memiliki Kebutuhan Untuk Dikagumi

Memiliki kebutuhan untuk dikagumi yang ekspresif dari orang lain sehingga mendapatkan perhatian dan menjadi orang yang dapat diandalkan. APA (2000) menambahkan seseorang individu yang memiliki rasa narsistik akan merasa berhak untuk mendapatkan perlakuan yang istimewa atau dengan makna orang lain harus selalu mengikuti apa yang menjadi kemauannya.

e. Mengeksploitasi Hubungan Interpersonal

Memanfaatkan orang lain untuk dapat mencapai tujuan sendiri dan dapat memanfaatkan hubungan dengan teman untuk mencapai populeritas, kecenderungan untuk memanfaatkan orang lain dalam mencapai popularitas yang ingin dicapai atau memanfaatkan orang lain untuk tujuan tertentu.

f. Adanya Perasaan Iri

Perasaan iri yang dimiliki membuat seorang terkadang akan melakukan segalanya untuk mencapai

populeritas dan pujian yang diinginkan. APA (2000) perasaan iri pada orang lain dan menganggap bahwa orang lain juga iri terhadap apa yang dilakukannya.

g. Berperilaku Arogan dan Angkuh

Berperilaku arogan dan angkuh memiliki rasa yang lebih tau dibandingkan dengan orang lain tentang suatu hal yang dapat menimbulkan marah dan frustrasi. APA (2000) menjelaskan perilaku angkuh dapat menimbulkan perasaan lemah dalam berempati yang meliputi rasa tidak mampu melihat atau mengidentifikasi perasaan dan kebutuhan orang lain. selain itu juga menunjukkan perilaku atau sikap yang sombong, congkak.

### 3. Harga Diri

Harga diri (*self esteem*) merupakan salah satu unsur penting dalam menyusun diri (*self*). Santrock (2002) menyatakan bahwa harga diri merupakan dimensi evaluatif mengarah pada penilaian diri yang bersifat global. Harga diri sebagai acuan citra diri yang memandang diri sendiri berdasarkan kemampuan atau

penampilannya.

James (dalam Baron, 2004) menyatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi yang dibuat oleh setiap individu terhadap dirinya. Evaluasi atau penilaian terhadap diri yaitu pada rentang dimensi positif hingga negatif maupun tinggi hingga rendah. Worchel (dalam Dayakisni, 2009) menyatakan bahwa harga diri merupakan komponen evaluatif dari konsep diri tentang diri sendiri. Komponen evaluatif terdiri dari evaluasi positif dan evaluasi negatif. Seseorang yang memiliki evaluasi positif terhadap dirinya cenderung bahagia dan dapat menyesuaikan diri. Sedangkan seseorang yang memiliki evaluasi negatif terhadap dirinya cenderung menilai dirinya negatif seperti tertekan, cemas dan pesimis.

aspek yang terdapat dalam harga diri yaitu: kekuatan, keberartian, kebajikan, kemampuan. Berikut akan dijelaskan lebih mendalam mengenai aspek dari harga diri, yaitu:

a. Kekuatan

Kekuatan dalam aspek harga diri berarti adanya kemampuan individu. Chaplin (2004) menjelaskan bahwa kekuatan memiliki makna



kemampuan atau otoritas individu dalam mengatur dan mengontrol tingkah laku orang lain. Dengan adanya kemampuan tersebut, individu akan mendapat pengakuan atas tingkat laku tersebut dari orang lain. Dodgson & Wood (dalam Baron, 2004) menyatakan bahwa individu yang memfokuskan diri pada kekuatan yang dimiliki akan memiliki *self esteem* yang tinggi. Sebaliknya, bahwa individu yang memfokuskan diri pada kelemahan yang dimiliki maka akan memiliki *self esteem* yang rendah.

#### b. Keberartian

Keberartian dalam aspek harga diri ini merujuk pada kepedulian, perhatian, afeksi dan ekspresi cinta yang diterima. Hal ini menunjukkan adanya penerimaan dan popularitas individu dari lingkungan sosial. Keberartian berkaitan dengan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga menurut standar nilai dan pribadi.

#### a. Kebajikan

Kebajikan dalam aspek harga diri ini merujuk pada adanya suatu ketaatan untuk mengikuti standar moral dan etika serta agama dimana

individu harus menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang diizinkan oleh moral, etika, dan agama.

#### c. Kemampuan

Kemampuan dalam aspek harga diri ini merujuk pada performa yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan mencapai prestasi. Chaplin (2004) menjelaskan bahwa kemampuan berkaitan dengan tanggung jawab atas tindakan atau perbuatan individu. Individu yang memiliki harga diri positif memandang dirinya yakin dan percaya diri atas kemampuan yang dimiliki.

#### 4. Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2016) mendefinisikan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif yakni pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang dua variabel atau lebih. Berikut adalah rumusan hipotesisnya;

H<sub>1</sub> : Ada hubungan negatif dan signifikan antara perilaku *narsisme* dengan penggunaan media sosial “tik tok” pada siswa SMA

H<sub>2</sub> : Ada hubungan positif dan signifikan antara *self-esteem* (harga diri) dengan penggunaan media sosial “tik tok” pada siswa SMA

H<sub>3</sub> : Ada hubungan yang signifikan antara perilaku *narsisme* dan *self esteem* (harga diri) dengan penggunaan media sosial “tik tok” pada siswa SMA

### C. METODE PENELITIAN

Cara untuk pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teknik sampling. Sugiyono (2013: 120) menjelaskan teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan untuk memperoleh sampel yang representatif. Teknik yang digunakan oleh peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *probability sampling* menggunakan teknik *cluster sampling* dan teknik *proportionate stratified random sampling* yang merupakan pengambilan subyek ditentukan secara seimbang agar

dapat memperoleh sampel yang representatif.

Menurut Sukmadinata (2013) menjelaskan, teknik *cluster sampling* digunakan untuk pengambilan sampel pada tiap-tiap cluster. Pengambilan subyek dari setiap wilayah yang dijadikan sebagai populasi. Dengan demikian akan mendapatkan sampel yang seimbang atau sebanding dengan jumlah subyek yang diambil dalam masing-masing wilayah.

Dalam penelitian ini dengan subyek siswa SMA Se Kecamatan Kudus Kota memiliki 3 sekolah dengan jumlah masing-masing kelas berbeda, sehingga untuk mendapatkan sampel yang mewakili populasi maka dapat diambil sampel secara proporsional menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{X_n}{N} \cdot Y$$

Keterangan ,

- N : Jumlah sampel per sekolah  
 X<sub>n</sub> : Populasi siswa per angkatan  
 N : populasi keseluruhan  
 Y : Jumlah sampel yang harus di ambil setiap angkatan

sampel untuk masing-masing sekolah dan masing-masing kelas dengan jumlah sampel SMA Masehi sejumlah 116 sampel siswa dengan pembagian kelas X= 46 siswa, XI= 31 siswa, XII= 39 siswa, SMA Kristen Sejumlah 58 siswa dengan pembagian kelas X= 19 siswa, XI= 22 siswa, XII= 17 siswa, SMA PGRI sejumlah 39 sampel siswa dengan pembagian kelas X= 15 siswa, XI= 12 siswa, XII= 12 siswa. Lampiran 9

Skala psikologis dapat diartikan sebagai suatu alat ukur yang memiliki karakteristik khusus, salah satunya skala psikologis memiliki sifat afektif dibandingkan dengan kognitif. Jawaban yang terlentak pada skala psikologis tidak mengungkapkan secara langsung atribut apa saja yang diukur dan bersifat proyektif serta memiliki banyak item didalam jawabannya tidak ada pengkategorian benar ataupun salah (Azwar dalam Sutoyo, 2014). Dalam penelitian ini, skala psikologis digunakan sebagai alat untuk mengukur aspek-aspek yang telah disusun untuk dijadikan sebagai indikator masing-masing variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini. skala psikologis dalam

penelitian ini berupa skala penggunaan media sosial tiktok, skala perilaku narsisme, dan skala harga diri.

Teknik analisis data yang digunakan merupakan suatu cara supaya dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui hubungan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial tiktok pada siswa Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020. Adapun teknik yang digunakan dalam analisis data penelitian ini sebagai berikut 1). Analisis deskriptif prosentase, 2). Analisis regresi linear berganda.

Pada bagian ini penulis menguraikan tentang beberapa sub bagian: partisipan penelitian, alat ukur, prosedur penelitian, teknik analisis data. Skala psikologis dalam penelitian ini berupa : skala psikologis perilaku narsisme, skala psikologis harga diri, skala psikologis penggunaan media sosial *tiktok*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan google form kepada siswa SMA yang telah ditentukan dan

dengan jumlah sampel yang telah didapatkan.

**D. HASIL PENELITIAN**

**Tabel Tingkat Perilaku Narsisme**

Kategori	Jumlah	Prosentase
Tinggi >95	19	8,92%
Rendah 85-95	168	78,87%
Sedang < 85	26	12,20%

**Tabel Tingkat Harga Diri**

Kategori	Jumlah	Prosentase
Tinggi >120	31	14,55%
Rendah 102-120	142	66,66%
Sedang <102	40	18,77%

**Tabel Tingkat Penggunaan Media Sosial Tiktok**

Kategori	Jumlah	Prosentase
Tinggi >96	42	19,71%
Rendah 86-96	145	68,07%
Sedang <86	26	12,20%

**Hasil Uji Regresi**

Variabel	R	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	P
Perilaku Narsisme	-	-	-	0,057	0,410	0,000
Harga Diri	-	-	-	0,094	0,410	0,000
Perilaku Narsisme dan Harga Diri	0,98	0,310	1,027	-	-	-

Analisis regresi ganda yang dilakukan diatas mengenai perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*. Untuk dapat memperjelas hasil pada masing-masing variabel x terhadap y, yaitu (1) Hubungan antara perilaku narsisme terhadap penggunaan media sosial *tiktok* siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020, (2) Hubungan antara

harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok* pada siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020, (3) hubungan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok* siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020.

Analisis regresi mengenai perilaku narsisme terhadap penggunaan media sosial *tiktok* siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020 digunakan untuk dapat menguji hipotesis pertama yang berbunyi “ ada hubungan yang signifikan antara perilaku narsisme terhadap penggunaan media sosial *tiktok*” dalam pengujian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi IBM statistic version22. Berdasarkan pada tabel 4.12 diperoleh hasil yaitu  $\beta=0,057$ ;  $t=0,410$ ;  $p=0,000$  dengan hasil tersebut yang telah didapatkan maka menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dengan kata lain hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel perilaku narsisme (X1) memiliki hubungan dengan variabel penggunaan media sosial *tiktok* (Y). dengan demikian hipotesis yang berbunyi “ ada hubungan yang signifikan antara perilaku narsisme

terhadap penggunaan media sosial *tiktok* diterima.

Analisis regresi mengenai harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok* digunakan untuk menguji hipotesis kedua yang berbunyi "ada hubungan yang signifikan antara harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*" dalam pengujian yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM Statistic Version 22. Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh hasil  $\beta=0,094$ ;  $t=1,165$   $p=0,000$  dengan hasil tersebut menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dengan kata lain hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga diri (X2) memiliki hubungan dengan variabel penggunaan media sosial *tiktok* (Y). Dengan demikian berdasarkan hasil tersebut keputusan yang diambil dan hipotesis yang diajukan berbunyi "ada hubungan positif antara harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*" diterima.

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji hipotesis yang ketiga yaitu "adakah hubungan yang signifikan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*".

Dalam pengujiannya menggunakan aplikasi IBM SPSS statistic version 22. Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh hasil  $R=0,98$ ;  $F=1,027$ ;  $p=0,000 < 0,05$ . Dengan demikian hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel perilaku narsisme (X1) dan Harga diri (X2) secara bersama-sama memiliki hubungan dengan variabel penggunaan media sosial *tiktok* (Y).

Selanjutnya untuk dapat mengetahui besarnya hubungan antara perilaku narsisme dan harga diri dengan penggunaan media sosial *tiktok* dapat dilihat pada tabel 4.12. Hasil dari tabel tersebut menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,310 yang memberikan arti bahwa prosentase sumbang antara perilaku narsisme dan harga diri pada penggunaan media sosial *tiktok* sebesar 31,0% sedangkan sisanya sebesar 69% diprediksi oleh variabel lainnya. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan berbunyi "ada hubungan yang signifikan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*" dapat diterima.

## E. PEMBAHASAN

### 1. Tingkat Perilaku Narsisme

Hasil penelitian diatas menunjukkan gambaran mengenai perilaku narsisme pada siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020 dengan data sebanyak 19 siswa dalam kategori tinggi, kemudian 168 siswa dengan kategori sedang dan , 26 siswa berada dalam kategori rendah, rata-rata siswa pada usia 16 tahun. Adanya angka narsisme yang tinggi dengan jumlah 19 siswa menunjukkan bahwa terdapat siswa yang memiliki karakteristik kecenderungan perilaku narsisme yang tinggi. Engkus (2017) menjelaskan.

Perilaku narsisme berkaitan dengan berbagai masalah dan konsekuensi dengan fokus konsekuensi interpersonal. Terjadinya angka narsisme yang tinggi bisa dikaitkan dengan terobsesi oleh delusi atau fantasi yang tinggi atas keagungan dan kengulan yang dimiliki sehingga menimbulkan persaingan antar individu.

Adanya hasil kategori sedang dengan jumlah 168 siswa dikarenakan siswa bisa saja memiliki keinginan untuk menjadi pemimpin maupun

siswa yang paling dominan akan tetapi tidak memaksakan diri untuk mencapai segalanya secara penuh (Ria, 2019).

Keadaan ini bukan termasuk dalam keadaan yang aman, sebab perilaku mereka akan cenderung meningkat seiring berjalannya waktu dan didukung dengan adanya pengaruh teknologi informasi dan komunikasi. Sedangkan untuk siswa yang memiliki kategori perilaku narsisme rendah dengan 26 siswa diakibatkan karena siswa merasa tidak mendominasi dan tidak terlibat didalam perannya yang akan acuh terhadap posisi pemimpin atau lebih sering mengambil keputusan dengan orang lain (Raskin dan Terry (dalam Ria, 2019).

### 2. Harga Diri

Hasil penelitian diatas menunjukkan gambaran mengenai harga diri pada siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020 dengan data sebanyak 31 siswa dalam kategori tinggi, kemudian 142 siswa dengan kategori sedang dan , 40 siswa berada dalam kategori rendah, rata-rata siswa pada usia 16 tahun. Adanya

angka harga diri yang tinggi dengan jumlah 31 siswa menunjukkan bahwa terdapat siswa yang memiliki karakteristik kecenderungan harga diri yang tinggi.

Dengan demikian orang yang merasa adanya hal-hal yang positif dalam dirinya sendiri tentu saja akan lebih menyukai diri sendiri dan mengembangkan perasaan bahwa dirinya sangat berharga. Ketika hal tersebut terjadi maka dapat memberikan ketenangan batin dan merupakan sumber bagi kesehatan mental, dengan kata lain mengagumi diri sendiri dalam batas tertentu dan wajar merupakan indikasi kesehatan mental yang baik (Agita, 2017).

Sarwono (2012) Harga diri yang tinggi mencerminkan superioritas terhadap orang lain dan orang termotivasi untuk terus mempertahankannya. Ketika ada situasi yang dipersepsikan mengancam superioritas tersebut, maka muncul tingkah laku narsis yang bertujuan untuk mempertahankannya. Hal ini senada dengan penelitian Pradana (2019) pengguna aktif jejaring media sosial melakukan banyak cara

untuk dapat meningkatkan harga dirinya..

Penelitian Fazriyati (2013) mengungkapkan bahwa orang yang rendah diri cenderung mengkhawatirkan apa yang mereka posting tentang mereka di jejaring sosial. Individu yang memiliki harga diri tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di media sosial dengan kata lain siswa sejumlah 40 orang memiliki harga diri yang rendah salah satu faktor yang melatar belakangnya adalah tersebut.

### 3. Penggunaan media sosial *tiktok*

Hasil penelitian diatas menunjukkan gambaran mengenai penggunaan media sosial pada siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020 dengan data sebanyak 42 siswa dalam kategori tinggi, kemudian 145 siswa dengan kategori sedang dan 26 siswa berada dalam kategori rendah, rata-rata siswa pada usia 16 tahun. Adanya angka penggunaan media sisial *tiktok* yang tinggi dengan jumlah 31 siswa menunjukkan bahwa terdapat siswa yang memiliki karakteristik kecenderungan

Penggunaan media sosial *tiktok* tinggi. Siswa dengan penggunaan media sosial *tiktok* yang tinggi, dimana individu mengembangkan makna tentang identitas mereka, hubungan dengan dunia luar melalui interaksinya dengan orang lain (Aksan, 2019).

Individu akan menggunakan media sosial sebagai bentuk interaksi yang kuat dalam membentuk konsep diri hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Larossa & Reitzes, dalam Ria (2019) yang menyatakan, individu tidak dilahirkan dengan konsep diri namun sebaliknya, mereka mengembangkan konsep diri melalui sosialisasi dan interaksi orang lain dan lingkungannya. Berdasarkan hasil indikator tertinggi *interactive gratification* yang didalamnya meliputi, hasrat akan diri atau pengungkapan diri, hasrat untuk berbagi, hasrat untuk memberikan komentar dalam menggunakan media sosial *tiktok*, dan perasaan dalam mempertimbangkan apa yang dishare didalam media sosial *tiktok*.

#### 4. Hasil Regresi Ganda

##### a. Perilaku Narsisme Terhadap Penggunaan Media Sosial *Tiktok* Pada Siswa SMA

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan, kesimpulan yang diambil bahwa, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku narsisme terhadap penggunaan media sosial *tiktok*. Susilowati (2018) dalam penjelasannya mengatakan, aplikasi *tiktok* didalamnya memberikan spesial effects unik dan menarik dan dapat digunakan oleh pengguna dengan sangat mudah, sehingga dapat membuat video pendek maupun kumpulan foto yang sangat menarik. Didalam penggunaan *tiktok* dapat disebarluaskan terhadap semua orang ataupun yang mengikutinya saja.

Didalam penelitian yang dilakukan oleh Aprilian (2019) menjelaskan penggunaan *tiktok* dapat memberikan efek kepada siswa dengan terlihat unik dan menarik dimata orang lain. didalam penggunaannya yang dilakukan secara berulang-ulang dan terus menerus akan mempengaruhi terhadap perhatian yang sangat



ekstrim terhadap diri sendiri atau biasa disebut dengan istilah narsisme.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Laura E dan Keith Campbell (2016) dengan judul *Narcissims and Social Networking Web Sites* menunjukkan hasil, sikap-sikap narsistik melalui penggunaan pernyataan atau foto, video yang bersifat atraktif maupun lucu tentang diri sendiri yang dijadikan sebagai self promoting. Selain hal tersebut, mereka juga menggunakan narsistik impression sebagai bagian dari narsistik mereka. Dari penelitian yang dilakukan oleh Laura tersebut media sosial telah menjadi ruang ekspresi narsistik secara luas demikian juga dengan media sosial tiktok sebagai sebuah media sosial pendatang baru.

Beck yang dikutip dalam Solehuddin & Saomah (2017) menjelaskan, orang-orang dengan narsisme berpegang pada gagasan ketidakmampuan dalam menyesuaikan diri sendiri, termasuk bahwa mereka adalah orang yang luar biasa yang pantas diperlakukan lebih dari pada individu lainnya. Didalam penelusuran yang dilakukan oleh penulis, penelitian terkait dengan

narsisme terhadap penggunaan media sosial terlebih dengan media sosial tiktok akan tetapi beberapa penelitian mencoba melakukan penelitian terkait dengan narsisme dan frekuensi *posting selfie*.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sorokowski, dkk (2015) menyebutkan bahwa individu yang memiliki narsisme yang tinggi akan memposting foto *selfienya* di media sosial dibandingkan dengan individu yang memiliki narsisme yang rendah. Didalam penelitian Sarokowski, dkk(2015) menyebutkan keadaan tersebut bukan berarti remaja dalam posisi yang aman, sebab perilaku akan cenderung meningkat seiring dengan pengaruh teknologi informasi dan komunikasi media sosial. Individu akan cenderung memiliki perilaku narsisme sedang maupun rendah dan akan berubah menjadi tinggi seiring dengan penggunaan media sosial yang sangat intens.

Kajian ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Buffadi & Campbell (2010) bahwa terdapat hubungan yang positif antara narsisme dan penggunaan media sosial, aplikasi media sosial berfungsi

ideal dengan lingkungan sosial yang ideal pula, sehingga individu akan cenderung tertarik menggunakan media sosial untuk meningkatkan narsisme bahkan dalam kategori narsisme yang berlebih.

Ozge (2017) didalam penelitiannya menyatakan bahwa seseorang cenderung untuk menggunakan media sosial dalam menunjukkan keberadaan yang dimiliki dalam dirinya kepada orang lain, adapun yang ditunjukkan berupa symbol, kecantikan, status, atau barang-barang yang dimiliki. Penelitian lain yang mendukung hasil dari hipotesis yang pertama diterima adalah penelitian Buffardi & Campbell (2010) yang menyatakan, hubungan positif antara perilaku narsisme terhadap penggunaan media sosial.

Didalamnya terdapat media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *snapchat* dan aplikasi media sosial lainnya yang berfungsi sebagai lingkungan yang ideal dan menarik untuk dapat terlibat dalam peningkatan ego individu, artinya individu dengan kecenderungan sifat narsisme yang tinggi akan menggunakan media sosial secara

berlebihan sehingga dapat memenuhi kebutuhan akan afiliasi yang ideal.

Berdasarkan pada penjelasan teori di atas dapat disimpulkan bahwa sikap-sikap narsistik melalui penggunaan pernyataan atau foto, video yang bersifat atraktif maupun lucu tentang diri sendiri yang merupakan bagian dari narsistik mereka. Perilaku narsisme akan cenderung meningkat seiring dengan pengaruh teknologi informasi dan komunikasi media sosial. Individu akan cenderung memiliki perilaku narsisme sedang maupun rendah dan akan berubah menjadi tinggi seiring dengan penggunaan media sosial yang sangat intens. Dengan demikian terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku narsisme.

#### b. Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial *Tiktok* Pada Siswa SMA

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan, kesimpulan yang diambil bahwa, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*. Aplikasi *tiktok* pada saat ini merupakan bentuk

aplikasi yang sedang memiliki trend yang banyak digandrungi oleh remaja. Susilowati (2018) dalam penjelasannya mengatakan, aplikasi tiktok didalamnya memberikan spesial effects unik dan menarik dan dapat digunakan oleh pengguna dengan sangat mudah, sehingga dapat membuat video pendek maupun kumpulan foto yang sangat menarik. Didalam penggunaan tiktok dapat disebarluaskan terhadap semua orang ataupun yang mengikutinya saja.

Frischa (2015) menyatakan, harga diri merupakan suatu keyakinan individu dengan memandang dan menilai diri sendiri sebagai sosok yang layak, berarti dan mampu adanya. Sedangkan orang yang memiliki harga diri rendah akan berharap bahwa dirinya menjadi orang lain. didalam kaitannya dengan penggunaan media sosial tiktok. Dusek dalam Raudah (2014) menjelaskan konteks sosial seperti keluarga, teman sebaya, dan sekolah dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan dan tata cara harga diri siswa termasuk dalam penggunaan media sosial. Didalam kehidupan tersebut individu yang melakukan perilaku

narsis akan cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperluas aktivitasnya dengan kata lain individu akan sering mendapatkan penghargaan yang berasal dari orang lain Maulina (2017).

Individu yang memiliki harga diri kurang baik akan cenderung memamerkan kelebihanannya karena merasa dirinya tidak bergantung dengan orang lain untuk merasa nyaman begitu sebaliknya, individu akan cenderung menggunakan media sosial untuk mendapatkan pujian dan penilaian demi menaikkan harga diri, yang didalamnya berisi berbagai fantasi tentang keberhasilan atas apa yang dicapainya (Davidson dalam Bhakti, 2016).

Dengan demikian penggunaan media sosial, kaitannya media sosial tiktok akan dipengaruhi dari harga diri individu. Tara (2015) juga menambahkan orang yang tinggi dalam penggunaan media sosial dipengaruhi oleh harga diri yang rendah dan cenderung melakukan berbagai aktivitas yang dapat meningkatkan citra diri lebih baik melalui media sosial.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Clarke (2014) yang menyebutkan alasan melatarbelakangi harga diri, depresi dan perkembangan super ego adalah penggunaan media sosial yang berlebihan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Drestya (2013) menemukan bahwa aplikasi media sosial merupakan tempat untuk menunjukkan identitas diri seseorang individu.

Berdasarkan pada penjelasan teori di atas dapat disimpulkan bahwa harga diri yang tinggi akan cenderung menggunakan media sosial lebih sedikit akan tetapi sebaliknya orang yang memiliki harga diri rendah akan membuka peluang kepada remaja menggunakan media sosial lebih intens lagi.

Orang yang menggunakan media sosial secara intens menginginkan perhatian serta pujian atas apa yang telah dilakukannya melalui media sosial, dengan demikian terdapat pengaruh penggunaan media sosial dalam mempengaruhi harga diri.

#### c. Perilaku Narsisme dan Harga Diri Terhadap Penggunaan

Media Sosial *Tiktok* pada Siswa SMA

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan, kesimpulan yang diambil bahwa, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok*. Penelitian yang menyangkut keterkaitan aktualisasi diri yang didalamnya menyangkut harga diri seseorang, narsisme dan penggunaan media sosial dilakukan oleh Goffman (dalam Shabekti, 2019) yang menjelaskan, manusia memiliki citra diri ganda, yaitu seseorang melihat dirinya sendiri tanpa penilaian dari luar. Seseorang akan cenderung melukiskan atau mengambarrkan diri mereka yang ingin dilihat orang lain dengan media sosial sebagai media atau sarana bagi individu menumbuhkan citra diri tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Cecillia (2017) dengan judul Hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada siswa SMA Kristen 1 salatiga yang menggunakan jejaring sosial Instagram. Hasil yang didapatkan dalam penelitian tersebut adalah

adanya korelasi yang signifikan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik yang menggunakan sosial media Instagram. Bahwa semakin rendah harga diri, maka semakin tinggi kecenderungan untuk perilaku narsistik

Marchaal (2018) didalam penelitiannya menjelaskan, penggunaan media sosial yang adiktif berhubungan dengan usia yang rendah seperti halnya remaja awal akan cenderung memiliki ciri-ciri narsis dan memiliki harga diri yang negative dan biasanya bersifat menengah.

Ketika orang narsis atau dalam proses mencari aktualisasi diri menggunakan media sosial untuk mempromosikan diri mereka kepada orang lain untuk memperkuat ideal diri mereka masing masing atau lebih terkait dengan harga diri. Mengingat bahwa media sosial mulai memberikan substansi untuk tatap muka interaksi, kontribusi dalam pembentukan identitas yang menonjol.

Berdasarkan kajian teori diatas dapat disimpulkan bahwa, seseorang akan cenderung melukiskan atau mengambarrkan diri mereka yang ingin dilihat orang lain dengan media

sosial sebagai media atau sarana bagi individu menumbuhkan citra diri tersebut, Semakin rendah harga diri, maka semakin tinggi kecenderungan untuk perilaku narsistik terlebih penggunaan media sosial yang intens, dengan demikian akan terdapat pengaruh ketika penggunaan media sosial secara intens dalam mempengaruhi harga diri dan narsisme seseorang.

## F. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai hubungan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok* maka dapat disimpulkan bahwa; Ditinjau dari aspek perilaku narsisme, maka tingkat perilaku narsisme siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020 tergolong sedang. Ditinjau dari aspek harga diri, maka tingkat harga diri siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020 tergolong sedang.

Ditinjau dari aspek penggunaan media sosial *tiktok*, maka tingkat penggunaan media sosial *tiktok* siswa

SMA Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020 tergolong sedang.

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku narsisme terhadap penggunaan media sosial *tiktok* siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020. Sehingga apabila perilaku narsisme tinggi maka tingkat penggunaan media sosial *tiktok* akan semakin tinggi. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai hubungan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial *tiktok* maka dapat disimpulkan bahwa; Ditinjau dari aspek perilaku narsisme, maka tingkat perilaku narsisme siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020 tergolong sedang.

Ditinjau dari aspek harga diri, maka tingkat harga diri siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020 tergolong sedang.

Ditinjau dari aspek penggunaan media sosial *tiktok*, maka tingkat penggunaan media sosial *tiktok* siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota tahun 2020 tergolong sedang.

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku

narsisme terhadap penggunaan media sosial *tiktok* siswa SMA Se-Kecamatan Kudus Kota Tahun 2020. Sehingga apabila perilaku narsisme tinggi maka tingkat penggunaan media sosial *tiktok* akan semakin tinggi.

Saran penelitian, Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam pembuatan dan pengembangan layanan bimbingan dan konseling baik secara informasi maupun layanan pendukung dalam memandang fenomena media sosial *tiktok* kaitannya terhadap narsisme dan self esteem.

Dengan melibatkan fungsi pelayanan dan pengembangan layanan bimbingan dan konseling, serta pelayanan-pelayanan yang dapat digunakan dalam mengimplementasikan kegiatan-kegiatan pengentasan yang diselenggarakan untuk dapat membentuk kompetensi siswa. Dengan demikian dapat membantu siswa guna memperoleh pengembangan kepribadian, pengentasan masalah bidang sosial, dan menyebarkan informasi dalam mempersiapkan siswa terkait perkembangan media sosial yang harus dihadapi. Untuk penelitian selanjutnya, Penelitian ini

dapat dijadikan bahan renungan dan refleksi diri, untuk dapat mengurangi narsisme dan penyesuaian terhadap self esteem dengan melalui layanan konseling baik secara klasikal, kelompok, maupun individual, sehingga diharapkan dapat mengelola penggunaan media sosial tiktok yang tepat secara mandiri dan memanfaatkan keadaan sosial yang baik.

### G. DAFTAR RUJUKAN

- Angita, Angelina. (2016). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Narsistik Remaja Putei Presenter Bigo Live Di Surabaya. Skripsi.
- Arikunto. (2010). Manajemen Penelitian Edisi revisi. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (apjii.or.id).
- Bhakti, Annisa Kusuma. (2016). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Instagram Ditinjau Dari Jenis Kelamin. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Naskah Publikasi*.
- Branden, Nathaniel. (2001). The psychology of selfesteem: A revolutionary approach to selfunderstanding that launched a new era in modern psychology. New York: Nash publishing.
- Cast, D., & Burke, J. (2002). A Theory of Self Esteem. *Social Forces*, Vol.80, No.3, pp 1041- 1068. DOI: 10.1353/sof.2002.0003.
- Cecillia, Lius Devita. (2017). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Siswa SMA Kristen 1 Salatiga Yang Menggunakan Jejaring Sosial Instagram. Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana: *Jurnal Ilmiah Psikohumanika*.IX(1).10-24
- Engkus,. Hikmat., Karso Saminurahmat. (2017). Perilaku Narsis Pada Media Sosial Di Kalangan Remaja Dan Upaya Penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. 20(2) 121-134.
- Feist, J., & Feist, G. J. 2012. Teori Kepribadian. Jakarta: Salemba Humanika.
- Frischa, M.Y., Yarmis, S & Yusri, R. (2015). Self Esteem dan pelayanan Bibingan dan Konseling Yang Dibutuhkan

- Siswa Akselerasi. *Journal Konselor* 4(4).
- Hurlock, E. B. (2005). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Kose, Ozge Buran & Aze Dogan. (2017). *The Relationship Between Social Media Addiction and Self-Esteem among Turkish University Students*. Turkish Green Crescent Society:6(1).175-190
- Lubis, Zulkarnain., Sutrisno., & Andre Hasudungan, L. (2017). Panduan Praktis Praktikum SPSS (Statistical Program For Social Science, edisi pertama. Medan: Universitas medan area.
- Maulina, A.V. (2017). Hubungan antara Harga Diri dengan Narsis Pada Remaja Pengguna Path Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal*.
- Marshall, T.C., Katharina L., & Nelli F. (2018). The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in facebook status updates. *Personality and individual differences*, 85.35-40
- Mulawarman, Aldila.D.N (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.
- Raymer, Kristine. (2015). The effects of social media sites on self-esteem. (Tesis tidak terpublikasi). Rowan University, New Jersey.
- Rizki, Andry Ivana. (2017). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sabekti, Ria. (2019). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) Dengan Kecenderungan Narsisme dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir. Surabaya: Universitas Airlangga. Skripsi.
- Santrock, John W. 2007. Perkembangan Anak. Jilid 1 Edisi kesebelas. Jakarta : PT. Erlangga.
- Santrock, John W. 2011. Psikologi Perkembangan. Jakarta: Erlangga.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz A., Frackowiak, T., Huk, A., & Pisanski, K. (2015).



Selfie Posting Behaviors Are  
Associated With Narcissism  
Among Men. *Personality and  
Individuals Differences*, 85, 123-127

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian  
Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Sutoyo, Anwar. (2014). *Pemahaman  
Individu*. Yogyakarta: Pustaka  
Pelajar.