

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP  
PERILAKU NARSISTIK REMAJA DI YOGYAKARTA**

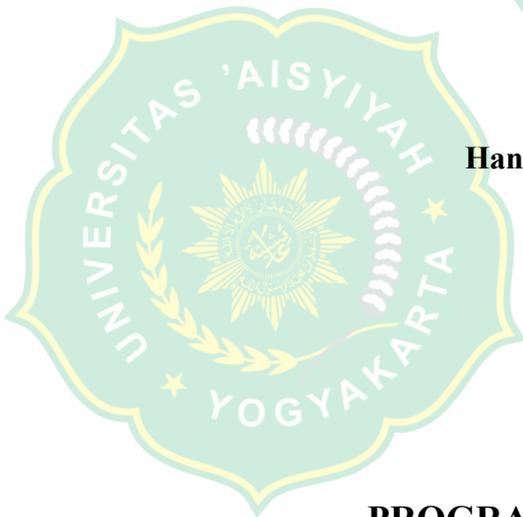
**NASKAH PUBLIKASI**



**Disusun oleh:**

**Hananda Zahra Alivyana**

**1910801046**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS EKONOMI, ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU  
NARSISTIK REMAJA DI YOGYAKARTA**

**NASKAH PUBLIKASI**

**Di Susun Oleh:**

**Hananda Zahra Alivyana**

**1910801046**

Telah Memenuhi Persyaratan dan Disetujui Untuk Dipublikasikan

Program Studi Psikologi

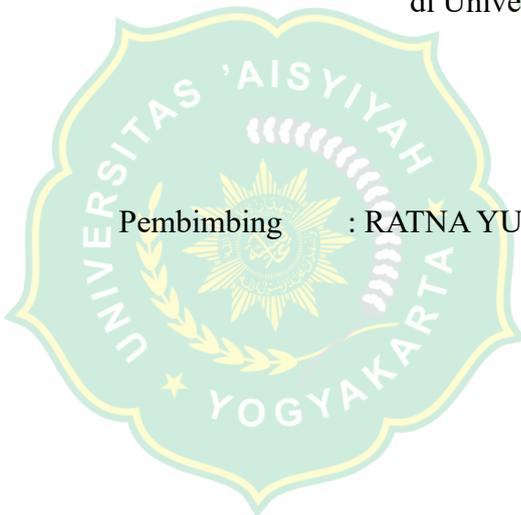
Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora

di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Oleh:

Pembimbing : RATNA YUNITA SETIYANI S, S.PSI M.PSI

**31 Maret 2023**



# PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU NARSISTIK REMAJA DI YOGYAKARTA<sup>1</sup>

Hananda Zahra Alivyana<sup>2</sup>, Ratna Yunita Setiyani Subardjo S.Psi., M.Psi., Psikolog<sup>3</sup>

e-mail: [hanandaaliviana0712@gmail.com](mailto:hanandaaliviana0712@gmail.com)

Program Studi Psikologi Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora  
di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

## ABSTRAK

Fenomena penggunaan aplikasi Tiktok banyak mengundang kecenderungan narsis bagi penggunanya. Dimana kebanyakan dari mereka membuat video Tiktok dan sangat menyukai dirinya sendiri didalam video tersebut. Penggunaan aplikasi Tiktok yang berlebihan dapat memicu Perilaku Narsistik. Perilaku narsistik adalah kondisi di mana seseorang merasa dirinya paling penting, sangat membutuhkan perhatian, dan kekaguman berlebihan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Sumber data primer didapatkan dari kuesioner yang disebar melalui *googleform*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 102 responden yang merupakan remaja di Yogyakarta pengguna media sosial Tiktok. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan sebesar 51,8% antara penggunaan media sosial Tiktok terhadap Perilaku Narsistik. Hal ini diketahui dari hasil Uji T dengan perhitungan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial tiktok, maka semakin tinggi perilaku narsistik yang dialami. Sebaliknya, jika penggunaan media sosial tiktok rendah maka perilaku narsistik seseorang juga rendah.

**Kata kunci:** Perilaku Narsistik, Media Sosial Tiktok, Remaja

# THE INFLUENCE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA ON NARSISTISTIC BEHAVIOR OF ADOLESCENTS IN YOGYAKARTA <sup>1</sup>

Hananda Zahra Alivyana<sup>2</sup> , Ratna Yunita Setiyani Subardjo S.Psi., M.Psi., Psikolog<sup>3</sup>

e-mail: [hanandaaliviana0712@gmail.com](mailto:hanandaaliviana0712@gmail.com)

Program Studi Psikologi Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora  
di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

## ABSTRACT

The phenomenon of using the Tiktok application often invites narcissistic tendencies for its users. Hence, most of them make Tiktok videos and really like themselves in the videos. Excessive use of the Tiktok application can trigger Narcissistic Behavior. Narcissistic behavior is a condition in which a person feels that the person is the most important, craves attention, and excessive admiration. The research method used in this study is the quantitative research method. Primary data sources were obtained from questionnaires distributed via Googleform. The sampling technique in this study used a non-probability sampling technique with the accidental sampling method. The sample in this study was 102 respondents who are teenagers in Yogyakarta who use the social media Tiktok. The results of this study indicate that there is a significant positive effect of 51.8% between the use of social media Tiktok on Narcissistic Behavior. This is known from the results of the T test with a significant value calculation of 0.000 compared to 0.05. This shows that the higher the use of social media tiktok, the higher the narcissistic behavior experienced. Conversely, if the use of social media tiktok is low then someone's narcissistic behavior is also low.

Keywords: Narcissistic Behavior, Tiktok Social Media, Teenagers

## PENDAHULUAN

Remaja memiliki kebebasan dalam mengembangkan pengamatan, pikiran, ingatan, dan fantasi ke dalam sebuah perilaku sehingga lebih rentan mengembangkan kepribadian narsistik. Beberapa tema umum tentang fantasi dari remaja berkepribadian narsistik di antaranya menjadi kaya, kuat, dan menarik secara fisik. Individu juga memiliki pembawaan diri yang cenderung membanggakan dirinya sendiri secara berlebihan (Kurniasari. 2018).

*American Psychiatric Association* (2013) menggolongkan kepribadian narsistik dalam *cluster* B dan mendefinisikan sebagai pola kebesaran, kebutuhan akan kekaguman, dan kurangnya empati. Selanjutnya, Feldman (2014) juga mendefinisikan kecenderungan kepribadian narsistik yang ditandai oleh rasa berlebihan atas kepentingan diri. Mereka dengan kecenderungan ini mengharapkan

perlakuan khusus dari orang di sekitarnya dan pada saat yang sama mengabaikan perasaan orang lain.

Menurut Millear et.al (Durrand & Barlow 2013) individu yang memiliki kecenderungan narsistik merupakan individu yang memiliki kesibukan atau kepentingan terhadap dirinya sendiri yang tidak masuk akal sehingga individu tersebut kurang berempati dan tidak peka terhadap orang di sekitarnya. Ciri-ciri sifat ini seperti senang memamerkan kemampuan dirinya, memiliki penilaian yang berlebihan terhadap dirinya dan memiliki keinginan diri menjadi pusat perhatian, dimana hal ini selaras dengan kecenderungan narsistik berdasarkan DSM-IV (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders-Fourth Edition*) yakni keinginan untuk mendapatkan penghargaan diri dari orang lain.

Dampak kecenderungan kepribadian narsistik adalah rendahnya harga diri, dalam Santi (2017) mengatakan bahwa semakin tinggi kecenderungan narsistik maka semakin rendah harga diri individu, sebaliknya jika semakin rendah kecenderungan narsistik maka semakin tinggi harga diri individu tersebut. Dampak narsistik sangat tergantung pada interaksi sosial dan pengaturan emosi. Jika individu tidak dapat mengontrol emosi maka individu dapat menjadi depresi karena rasa cemburu dan iri (Kurniasari dan Rachmah, 2017).

Individu dengan kecenderungan narsistik juga ingin selalu memperoleh atensi dan penghormatan dari individu lain (Dalimunthe & Sihombing, 2020). Atensi dan penghormatan dari individu lain bisa diperoleh dengan banyak cara, salah satunya adalah dengan bermain media sosial.

Menurut Gnams & Appel (2018) menyebutkan bahwa banyaknya pengguna media sosial dan perilaku individu dalam

bermedia sosial berhubungan dengan tingkat narsistik penggunanya. Sekarang hampir dapat dipastikan setiap orang yang memiliki sebuah telepon pintar dan memiliki akun media sosial seperti facebook, twitter, path, bahkan aplikasi video 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. Dalam perkembangan teknologi, salah satu aplikasi yang paling menonjol yang sangat populer di kalangan anak-anak maupun remaja adalah aplikasi Tiktok. Winarno mengatakan bahwa sebuah aplikasi sinkronisasi bibir (lipsynch) itu telah diunduh lebih dari 50 juta pengguna di *Google Play Store* (Jawa Pos, 2018).

Menurut Susilowati, (2018) pada penelitiannya menjelaskan bahwa aplikasi Tiktok membuat *special effects* menarik dan unik yang dimanfaatkan pengguna

dalam membuat video pendek yang keren lalu bisa dibagikan kepada pengguna lain. Pemanfaatan aplikasi Tiktok membuat seseorang bisa berkreaitivitas dan berekspresi dengan gaya yang sesuai dengan keinginannya sendiri agar terlihat menarik dimata orang lain. Hal yang menarik dari aplikasi Tiktok yakni dengan fitur seperti musik dan bisa membuat video dengan wajah yang lucu, marah, sedih, dan seram, sehingga dapat membuat seseorang ini menjadi terkenal, dapat mengekspresikan hal yang dilakukan oleh para pengguna, lebih kreatif dalam membuat video keren yang singkat dan menarik perhatian orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Hartono (2019) tentang Tiktok yang menjelaskan bahwa para pengguna bisa menjadi content creator, dan bisa menampilkan performa dengan gaya mereka masing-masing sehingga mendorong penggunaanya menjadi lebih kreatif, dalam aplikasi ini juga didukung bermacam-macam musik. Dengan

kemudahan aplikasi Tiktok para pengguna bisa memamerkan hasil video yang mereka buat kepada orang lain. Banyak individu yang memposting kegiatan sehari-harinya hanya untuk menampilkan gaya hidupnya dan menjadikannya trend demi mendapatkan perhatian dan pujian dari orang lain.

Seperti video yang beredar di Tiktok (Dewi & Utami, 2018) ada seorang bidan yang menggendong bayi baru lahir dan menekan wajah bayi yang sedang tidur untuk memperlihatkan kegemesan dari ekspresi si bayi.

Penelitian yang dilakukan oleh Wickel (2013) menjelaskan bahwa kebanyakan remaja yang berselfie kemudian diunggahnya secara online bisa membuat individu tersebut egois sehingga mendorong kecenderungan narsistik.

Pengguna aplikasi Tiktok memiliki pengaruh terhadap salah satu tugas perkembangan remaja tentang kepercayaan dirinya. Tidak hanya itu ternyata aplikasi Tiktok juga menjadi kategori aplikasi yang

paling menghibur menurut masyarakat (Imron, 2018). Dilihat dari peminat aplikasi tersebut maka tak heran banyak sekali pengguna Tiktok dari kalangan usia khususnya remaja. Pada kasus-kasus remaja yang tergolong sosial, senang berbagi, hobi eksis condong ke narsis, dan tidak begitu peduli dengan isu privasi, maka media sosial memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk memposting dan membagikan hal yang di inginkan oleh penggunanya bahkan memicu timbulnya sikap narsistik.

Pengguna aplikasi Tiktok memiliki pengaruh terhadap salah satu tugas perkembangan remaja tentang kepercayaan dirinya. Tidak hanya itu ternyata aplikasi Tiktok juga menjadi kategori aplikasi yang paling menghibur menurut masyarakat (Imron, 2018). Dilihat dari peminat aplikasi tersebut maka tak heran banyak sekali pengguna Tiktok dari kalangan usia khususnya remaja. Pada kasus-kasus remaja yang tergolong sosial, senang berbagi, hobi eksis condong ke narsis, dan

tidak begitu peduli dengan isu privasi, maka media sosial memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk memposting dan membagikan hal yang di inginkan oleh penggunanya bahkan memicu timbulnya sikap narsistik.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode korelasional yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme. Metode penelitian ini digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random (acak), sedangkan pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan pada suatu penelitian.

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perilaku Narsistik.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah media sosial Tiktok. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di Yogyakarta.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling *non probability* sampling dimana tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Karena jumlah populasi remaja di Yogyakarta yang aktif menggunakan media sosial Tiktok tidak diketahui secara jelas, maka sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*.

## HASIL DAN PENELITIAN

### Hasil Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*independent*) Media Sosial Tiktok (X) dan variabel terikat (*dependent*) Perilaku Narsistik (Y). Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal 9 Februari 2023 dan dilakukan secara *online* menggunakan bantuan *Google Form*. Responden dalam penelitian

ini yaitu remaja berusia 18-24 tahun yang berdomisili atau tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Untuk menyebar skala penelitian hingga sampai ke responden, peneliti menghubungi dan membagikan melalui *Whatsapp personal chat* kepada responden serta memposting melalui media sosial. Kemudian peneliti meminta responden untuk mengisi skala penelitian yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Kemudian data penelitian yang sudah didapatkan diolah dan dianalisis lebih lanjut menggunakan *SPSS Statistics Version 21.0 for windows*.

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang responden yang diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja di Yogyakarta berusia 18-24 tahun dengan sampel sebanyak 102 orang. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari kuesioner, responden digolongkan berdasarkan usia.

- a. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Usia

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Frekuensi
1.	18-20 tahun	36
2.	21-24 tahun	66
Total		102

Tabel di atas merupakan tabel karakteristik responden, diketahui responden terbanyak berusia 21-24 tahun dengan jumlah 66 responden, sedangkan responden yang paling sedikit berusia 18-20 tahun dengan jumlah 36 responden. Total responden pada penelitian ini sebanyak 102 orang

- b. Media Sosial Tiktok

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Media Sosial Tiktok Berdasarkan Data Empirik (n=102)**

Variab	Interv	Freku	Presentas	Kategorisasi
<b>Media Tiktok (X)</b>	$X < 55,33$	18	17,6%	Rendah
	$55,33 \leq X \leq 79,67$	57	55,9%	Sedang
	$X \geq 79,67$	27	26,5%	Tinggi

Berdasarkan tabel di atas diperoleh distribusi frekuensi data media sosial tiktok berdasarkan data empirik yaitu dapat dijelaskan bahwa penggunaan media sosial

tiktok pada tingkat rendah berjumlah 18 responden atau 17,6%, pada tingkat sedang 57 responden atau 55,9% dan pada tingkat tinggi berjumlah 27 responden atau 26,5%.

- c. Perilaku Narsistik

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Frekuensi Perilaku Narsistik Berdasarkan Data Empirik (n=102)**

Variabel	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategorisasi
<b>Perilaku Narsistik</b>	$X < 52,67$	63	61,8%	Rendah
	$52,67 \leq X \leq 68,33$	34	33,3%	Sedang
	$X \geq 68,33$	5	4,9%	Tinggi

Berdasarkan tabel di atas diperoleh distribusi frekuensi data perilaku narsistik berdasarkan data empirik yaitu dapat dijelaskan bahwa perilaku narsistik pada tingkat rendah berjumlah 63 responden atau 61,8%, pada tingkat sedang 34 responden atau 33,3% dan pada tingkat tinggi berjumlah 5 responden atau 4,9%.

## Hasil Uji Linearitas

**Tabel 4.7**  
**Uji Linearitas**

Hasil Uji Linearitas ANOVA Table	F	P	Keterangan
<i>Linearity</i>	104,809	0,000	Data Linear
<i>Deviation from Linearity</i>	0,950	0,570	Data Linear

Pada tabel 4.7 hasil uji linearitas di atas diketahui bahwa data pada penelitian ini dengan *Deviation from Linearity* sebesar 0,570 ( $p > 0,05$ ) dan F sebesar 0,950 yang berarti korelasinya juga linear. Hal tersebut berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel Media Sosial Tiktok dengan variabel Perilaku Narsistik

## Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 4.8**  
**Koefisien**

Variabel (Y)	Variabel (X)	Koefisien Korelasi (r)	Koefisien Determinasi (r <sup>2</sup> )
<b>Perilaku Narsistik</b>	Media Sosial Tiktok	0,720	0,518

Pada tabel 4.8 diatas nilai kolerasi adalah 0,720. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian berada pada kategori

tinggi. Melalui tabel diatas juga diperoleh nilai R Square atau koefisien Determinasi (KD yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai KD yang diperoleh adalah 51,8%. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 51,8% terhadap variabel Y dan sisanya adalah variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

**Tabel 4.9**  
**Koefisien Regresi Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	24.549	2.723
1 Media Sosial Tiktok	.392	.038

Hasil penghitungan koefisien regresi sederhana diatas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 24,549 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,392.

## Hasil Uji T (Parsial)

**Tabel 4.10**  
**Nilai T Parsial dan Nilai Signifikan**

Variabel (Y)	Variabel (X)	Nilai T Parsial	Nilai Signifikan
Perilaku Narsistik	Media Sosial Tiktok	10,363	0,000

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan 0,05 taraf signifikan 5% jadi nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05). Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Media sosial Tiktok (X) dengan variabel Perilaku Narsistik (Y).

### PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara media sosial tiktok dan perilaku narsistik pada remaja di Yogyakarta. Hipotesis penelitian yang menyebutkan bahwa ada pengaruh antara media sosial tiktok dan perilaku narsistik diterima. Hal tersebut berarti bahwa semakin sering remaja

menggunakan media sosial tiktok maka semakin tinggi pula perilaku narsistik yang timbul pada remaja di Yogyakarta.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan perilaku narsistik pada tingkat rendah berjumlah 63 responden atau 61,8%, pada tingkat sedang 34 responden atau 33,3% dan pada tingkat tinggi berjumlah 5 responden atau 4,9%.

Berdasarkan hasil Uji Analisis regresi sederhana diperoleh hasil nilai R Square atau koefisien Determinasi (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai KD yang diperoleh adalah 51,8%. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 51,8% terhadap variabel Y. Nilai koefisien konstanta adalah sebesar 24,549 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,392. Sehingga diperoleh persamaan regresi  $Y = 24,549 + 0,392X$ .

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar

24,549. Secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat perilaku narsistik 0, maka penggunaan media sosial tiktok memiliki nilai 24,549. Dan untuk hasil variabel media sosial tiktok (X) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana  $< 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial tiktok (X) berpengaruh signifikan terhadap perilaku narsistik (Y). Artinya, semakin aktif atau sering menggunakan media sosial tiktok maka akan semakin meningkatkan perilaku narsistik.

Berdasarkan hasil uji T Parsial dengan perhitungan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan 0,05 taraf signifikan 5%. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel media sosial tiktok (X) dengan variabel perilaku narsistik (Y). Selain itu diperoleh persamaan regresi  $Y = 24,549 + 0,392X$ . Persamaan tersebut sesuai dengan rumus regresi linier sederhana yaitu  $Y=a+bX$ , dimana Y merupakan lambang dari

variabel terikat, a konstanta, b koefisien regresi untuk variabel bebas (X). sehingga dapat disimpulkan dari hasil uji t, terdapat pengaruh antara variabel Y terhadap Variabel X. Hasil ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial tiktok turut berperan dalam memprediksi perilaku narsistik

## **KESIMPULAN**

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan sebesar 51,8% antara penggunaan media sosial Tiktok terhadap Perilaku Narsistik. Hal ini diketahui dari hasil Uji T dengan perhitungan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial Tiktok turut berperan dalam memprediksi Perilaku Narsistik remaja yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial tiktok, maka semakin tinggi perilaku narsistik yang dialami. Sebaliknya, jika penggunaan media sosial tiktok rendah maka perilaku narsistik seseorang juga rendah.

2. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji Regresi Linear Sederhana menggunakan *SPSS 21.0 for windows*, diperoleh hasil nilai *R Square* atau Koefisien Determinasi (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh adalah 51,8%. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 51,8% terhadap variabel Y, sedangkan sisanya sebesar 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

3. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi data berdasarkan data empirik yaitu pada variabel media sosial Tiktok pada tingkat rendah berjumlah 18 responden atau 17,6%, pada tingkat sedang 57 responden atau 55,9% dan pada tingkat tinggi berjumlah 27 responden atau 26,5%. Sedangkan pada variabel Perilaku Narsistik pada tingkat rendah berjumlah 63 responden atau 61,8%, pada tingkat sedang 34 responden atau 33,3% dan pada tingkat tinggi berjumlah 5 responden atau 4,9%. Dengan kata lain penggunaan media sosial tiktok tergolong sedang, dan

perilaku narsistik subjek pada penelitian ini tergolong rendah

## SARAN

### 1. Bagi Remaja

Diharapkan para remaja dapat mengontrol diri dalam penggunaan media sosial Tiktok.

### 2. Bagi Orang tua

Diharapkan orang tua harus memiliki kontrol yang baik terhadap remaja dalam mengakses media sosial Tiktok agar perilaku negatif narsistik dapat dikendalikan.

### 3. Bagi Instansi/Sekolah

Diharapkan instansi/sekolah harus dapat memiliki peran dalam memberikan pengarahan kepada remaja agar mengurangi Perilaku Narsistik yang mengarah ke sifat negatif.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan acuan bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Aprilian, D., Elita, Y. & Afriyati, V. (2019). Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Ilmiah BK*. 2(3), 220-228. <https://doi.org/10.33369/consilia.2.3.220-228>
- Dalimunthe, H. A., & Sihombing, D. M. B. (2020). Hubungan Penerimaan Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Medan Area. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(3), 697-703. <https://doi.org/10.34007/jehss.v2i3.144>
- Departemen Kesehatan RI. (2018). Menkes: Remaja Indonesia Harus Sehat. <https://www.depkes.go.id/article/view/18051600001/menkes-remaja-indonesia-harus-sehat.html>
- Dihni, V. A. (2022). Pengguna Tiktok Terus Bertambah sampai Kuartal I 2022. [Databoks.com.https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/pengguna-Tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2022](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/pengguna-Tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2022)
- Djollong, A. F. (2014). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. Istiqra: *Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1).
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku narsis pada media sosial di kalangan remaja dan upaya penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2). <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220>
- Faizah, K. W. (2022). pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme mahasiswa kpi angkatan tahun 2021 iain ponorogo (Skripsi, IAIN Ponorogo).
- Gnams, T., & Appel, M. (2018). Narcissism and Social Networking Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Personality*, 86(2), 200-212. <https://doi.org/10.1111/jopy.12305>
- Hendratta, N. D., & Christianto, L. P. (2017). Keterkaitan Minat Selfie Dengan Kepribadian Narsistik dan Harga Diri Pada Remaja.
- Hartawi, E., & Yusra, Z. (2018). Kontribusi Penerimaan Diri dan Tipe Kepribadian Narsistik terhadap Penggunaan Aplikasi Photoeditor. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 9(1), 25-36.
- Hayati, R. (2022). Pengertian Metode Pengumpulan Data, Jenis, Cara Menulis, dan Contohnya. Diakses pada, 26 oktober 2022.
- Herlina, V. (2019). Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS. Elex Media Komputindo.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele

- Berkah Tangerang. Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1), 19-28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Katkar, K., Brata, D. W., & Savitri, A. D. (2021). Narcissistic Behavior in Adolescent Social Media Users. *NUCLEUS*, 2(1), 12-17. <https://doi.org/10.37010/nuc.v2i1.188>
- Kompas.com. (2018, Juli 5). Tik Tok Punya 10 Juta Pengguna Aktif di Indonesia. *KOMPAS.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tik-Tok-punya-10-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>
- Kompas.com. (2022, Januari 3). Tiktok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga Pada 2022. *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/Tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022>
- Liang, S. (2021). Kecenderungan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial instagram. *EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 32-41.
- Najah, D. H., Putra, A. A., & Aiyuda, N. (2021). Kecenderungan Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa. *Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, 5(1), 1-7.
- Nasise, N. (2021). PERBEDAAN PERILAKU NARSISME PADA PENGGUNA TIK TOK AKTIF DAN PASIF DI MEDIA SOSIAL (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Pasar, M. R. E., Merek, P., & Pasar, M. (2013). Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta. *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Pratama, H. P. (2018). Hubungan antara kepribadian narsistik dan perilaku mengemudi berisiko pada remaja di kabupaten sleman. (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).