



Harga Diri dan Perilaku Narsisme pengguna TikTok pada Mahasiswa

Rijal Abdillah¹, Widya Finda Maika²

^{1,2}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Abstract

Received: 22 Agustus 2023
Revised : 31 Agustus 2023
Accepted: 02 September 2023

The high intensity of using social media, especially Tiktok, is often felt by students. Students usually use Tiktok social media for self-promotion about their strengths, uniqueness, and beauty or commonly known as narcissism. One of the factors that influence it is self-esteem, where students need appreciation and respect from others when the narcissistic behavior appears. So this study aims to determine the relationship between self-esteem and narcissistic behavior of Tiktok users in college students. The sampling technique used is purposive sampling with a total of 100 respondents who are students of Bhayangkara Jakarta Raya University a social media Tiktok users. The measuring instrument used is the self-esteem and narcissistic behavior scale. The results indicated that the value of the correlation coefficient between the variables of Self-Esteem and Narcissistic Behavior is -0.384 with a significance level (p) of 0.000 (p < 0.05), so it can be stated that there is a relationship between the variables of Self-Esteem and Narcissistic Behavior Tiktok users at Bhayangkara Jakarta Raya University students.

Keywords: *self-esteem, narcissistic behavior*

(*) Corresponding Author: rijal.abdillah@dsn.ubharajaya.ac.id

How to Cite: Abdillah R, & Maika W F. (2023). Harga Diri dan Perilaku Narsisme pengguna TikTok pada Mahasiswa. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8328043>.

INTRODUCTION

TikTok merupakan media sosial yang saat ini sedang booming kalangan pengguna internet. TikTok merupakan jejaring sosial yang didirikan oleh Zhang Yining pada September 2016 yang biasa digunakan penggunanya untuk membuat video musik dengan durasi yang pendek. TikTok merupakan media public yang berbasis web yang dapat dilihat dan didengar oleh pelanggan dari berbagai kalangan. (Taty Fauzi, Fifin Sarantina, 2022)

Kehadiran TikTok sejatinya bisa memberikan hiburan bagi seseorang untuk mengurangi rasa penatnya. Ketika seseorang menggunakan TikTok, ia dapat melihat rekaman yang berbeda dengan artikulasi melodi yang berbeda pula. Selain itu, TikTok juga mampu memberikan kesan yang menghibur ketika seseorang menggunakannya. (Asdiniah Triana, 2021). Hal ini pula yang memunculkan perilaku narsisme pada pengguna TikTok, ketika perilaku narsisme muncul maka seseorang pengguna TikTok rela melakukan apapun untuk mengejar jumlah *like*-nya, dalam hal ini pengguna TikTok cenderung bertingkah laku aneh karena semata-mata untuk mengejar jumlah *like* tersebut. (Batoebara, 2020).

Setiap pengguna TikTok tentunya memiliki alasan maupun motif tersendiri dalam memilih dan menggunakan TikTok. Hal inilah yang membuat media sosial ini banyak diminati dan memberikan rasa puas bagi penggunanya. Adapun motif yang mendasari seseorang menggunakan TikTok diantaranya adalah motif hiburan, mengisi waktu senggang, serta media untuk mengekspresikan diri dan mempromosikan berbagai bentuk kebutuhan seperti belanja online. (Najah et al.,

2021) (Aprilian et al., 2020). Selain itu, motif yang paling tinggi bagi pengguna Tiktok adalah selalu *up to date* dengan tujuan ingin menunjukkan keberadaannya. Individu selalu merasa bahwa setiap aktivitas yang dilakukan perlu untuk didokumentasikan serta dipublikasikan ke media sosial (Logrieco et al., 2021).

Fenomena Tiktok nyatanya telah menjamur dikalangan masyarakat Indonesia. Tidak hanya terjadi di kota-kota besar saja, namun hampir diseluruh penjuru Indonesia dimana hal ini menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Mereka berlomba-lomba membangun identitas diri demi mendapatkan citra yang diinginkan, seperti rasa ingin dipuji serta dikenal oleh banyak orang. Tidak sedikit para pengguna Tiktok bertujuan untuk membuat dirinya terkenal atau viral dengan konten-konten video yang dibuatnya. Para kreator Tiktok berusaha menunjukkan totalitas dalam membuat konten, mulai dari kreatifitas, keunikan, serta media yang digunakan untuk menunjang konten tersebut.

Namun kenyataannya, penggunaan Tiktok yang dilakukan secara terus menerus akan menyebabkan peningkatan intensitas penggunaan. Dampak dari tingginya intensitas penggunaan Tiktok dirasakan pula oleh mahasiswa. Dimana pada fase mahasiswa (Purnamasari & Agustin, 2019) dituntut untuk memiliki pelbagai macam kebutuhan serta permasalahan misalnya saja kebutuhan jasmani, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan untuk dicintai, kebutuhan informasi, serta kebutuhan akan aktualisasi diri. (Dewi & Ibrahim, 2019) menambahkan bahwa masalah yang dihadapi oleh mahasiswa seperti penyesuaian diri, interaksi sosial, kematangan emosi, serta kepercayaan diri akan berdampak pada manifestasi perilaku. Mahasiswa yang ikut dalam *euphoria* Tiktok biasanya harus memiliki penampilan yang menarik disamping dari segi gadget harus memiliki kualitas video yang mumpuni, karena hal tersebut menjadi sebuah parameter dalam mendapatkan apresiasi dari orang lain sebagai penonton sehingga mampu memberikan kepuasan terhadap diri sendiri. Tidak hanya itu, Tiktok juga dijadikan sebagai media untuk promosi diri mengenai kelebihan, keunikan, serta kecantikan yang dimiliki dirinya atau biasa disebut dengan narsisme. (Najah et al., 2021) (Sakinah et al., 2020).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, ditemukan adanya perilaku narsisme. Mahasiswa merasa dirinya memiliki bakat dan prestasi yang hebat, mahasiswa membutuhkan lebih banyak pujian dari orang lain, mahasiswa ingin diperlakukan secara istimewa, selain itu mahasiswa juga seringkali merasa iri atas popularitas yang dimiliki oleh orang lain. Sebagaimana yang dikemukakan oleh (Baumeister & Bushman, 2008) bahwa seseorang yang narsis benar-benar memiliki harga diri yang rendah karena adanya keinginan untuk dikagumi yang berlebihan, biasanya seseorang yang narsis mengharapkan orang lain untuk selalu mengaguminya.

Berdasarkan hasil survei tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku narsisme yang paling banyak dilakukan oleh responden adalah merasa bahwa dirinya memiliki bakat dan prestasi karena merasa unggahan video atau foto mereka mendapatkan like yang banyak ataupun komentar positif dari orang lain, lalu diikuti dengan membutuhkan pujian orang lain, selalu ingin diperlakukan istimewa, sering merasa iri atas popularitas yang orang lain dapatkan. Artinya, perilaku narsisme ini berfokus pada konsekuensi dari hubungan interpersonal dan berkaitan dengan berbagai masalah dan konsekuensi. Menurut (Bergman et al., 2011), individu yang menggunakan media sosial selalu merasa tertarik dengan kehidupannya sehingga

menjadi salah satu dorongan untuk mengunggah foto atau video berulang yang mengarah kepada kecenderungan narsisme di media sosial. Selain itu, terjadinya tingkat narsisme yang tinggi dapat dikaitkan dengan obsesi atau fantasi yang tinggi, yang mengarah pada persaingan antar individu.

Merujuk pada fenomena di atas, maka perilaku narsisme memiliki hubungan yang sangat erat dengan harga diri. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (L. H. Putri, 2021) bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku narsisme terhadap harga diri pengguna media sosial Tiktok. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Taty Fauzi, Fifin Sarantina, 2022). Harga Diri adalah salah satu faktor yang memengaruhi perilaku narsisme. Individu dengan kepribadian narsisme mempunyai kebutuhan untuk mendapat apresiasi dan penghargaan diri demi terbentuknya harga diri. Clarke dalam (Aprilian et al., 2020) mengemukakan bahwa faktor yang memengaruhi perilaku narsisme yaitu harga diri. Harga diri dianggap sebagai hasil evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan dalam memandang dirinya, bagaimana sikap individu dalam menerima, menolak, dan indikasi kepercayaan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan serta keberhargaan menurut standar nilai pribadinya.

Harga diri sejatinya bisa memengaruhi mahasiswa dalam menggunakan media sosial untuk menunjukkan dirinya dengan menampilkan berbagai foto dan video yang dianggap sangat menarik dan biasanya cukup cuek saat memposting. Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Asdiniah Triana, 2021) bahwa foto yang diunggah seseorang akan diapresiasi oleh orang lain. Mengomentari foto merupakan aspek yang mempromosikan efek harga diri pada individu. Ketika mahasiswa mendapatkan banyak *likes*, banyak komentar pada video yang diunggah ke media sosial Tiktok. Alhasil, *follower* pun semakin bertambah karena postingan tersebut, karena ia merasa berharga di mata orang lain sebagai *follower*-nya. Dalam hal ini, harga diri ditentukan oleh faktor persetujuan sosial berupa persetujuan dari orang lain. Selain itu, hal ini juga tidak hanya meningkatkan harga dirinya, tetapi juga bisa menurunkan harga dirinya. (Dewi & Ibrahim, 2019)(Hyun & Ku, 2021).

Adapun penelitian yang berkaitan dengan berbagai fenomena di atas diantaranya penelitian (Wibowo & Silaen, 2018) yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan penggunaan media sosial Instagram dengan perilaku narsisme di kalangan siswa kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya. Sedangkan penelitian lain dari (L. H. Putri, 2021) menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara perilaku narsis dan harga diri pada pengguna media sosial Tiktok. Diperkuat oleh penelitian (Aprilian et al., 2020) yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara penggunaan aplikasi Tiktok dengan perilaku narsisme yang mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,637 dan taraf signifikansi sebesar $p=0,000$ ($p<0,05$) yang artinya, semakin tinggi penggunaan aplikasi Tiktok maka akan semakin tinggi perilaku narsisme. Sebaliknya, semakin rendah penggunaan aplikasi Tiktok maka semakin rendah perilaku narsisme siswa. Sementara penelitian dari (Najah et al., 2021) menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan antara kecenderungan narsistik dengan intensitas penggunaan aplikasi Tiktok pada mahasiswa Pekanbaru dengan arah hubungan yang positif. Semakin tinggi kecenderungan narsistik maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan aplikasi Tiktok dan sebaliknya.

Berkaca pada berbagai penelitian di atas, maka penelitian ini penting dilakukan karena banyaknya mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang menggunakan Tiktok disebabkan mereka ingin mendapatkan *likes* serta *followers* sebanyak-banyaknya sebagai bentuk validasi diri mereka dan agar menarik di mata orang lain. Artinya ketika mahasiswa menggunakan Tiktok, ia ingin memperlihatkan siapa dirinya serta kondisi terbarunya yang kemudian dibagikan secara bebas kepada pengguna lainnya. Alhasil, mampu memunculkan kondisi hidup yang seolah-olah positif dan ideal sehingga membentuk harga dirinya (Di Pierro & Fanti, 2021). Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan wawasan kepada mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan Tiktok ketika menunjukan foto dan video yang dianggap bisa menarik perhatian orang lain secara positif sehingga memiliki korelasi yang erat dengan perilaku Narsisme. Menurut Adi & Yudiati (Dewi & Ibrahim, 2019), individu dengan kecenderungan narsisme mempunyai harga diri yang lemah, orang yang memiliki perilaku narsisme tinggi membutuhkan apresiasi dan penghargaan dari orang lain untuk menaikkan harga dirinya. Menurut Herris Clemes & Reynold Bean dalam (Olva et al., 2014) bahwa harga diri yang rendah akan tercermin dari perilaku, jika pola karakteristik harga diri yang rendah terus berkembang, maka hal tersebut akan menjadi kebiasaan yang sulit untuk dihilangkan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Harga Diri dan Perilaku Narsisme Pengguna Tiktok pada Mahasiswa”.

METHODS

Penelitian ini berusaha untuk menguji hubungan antara harga diri dan perilaku narsisme pengguna tiktok pada mahasiswa dimana salah satu esensi hadirnya media sosial tiktok adalah mampu memberikan hiburan bagi masyarakat guna mengurangi rasa bosan bahkan media sosial ini mampu membuat orang merasa bahagia sehingga perlu dikaji bagaimana harga diri berkorelasi dengan perilaku narsisme pada pengguna media sosial tiktok khususnya mahasiswa. Oleh karena itu diperlukan suatu pendekatan untuk mengetahui fenomena tersebut, salah satu pendekatan yang relevan adalah kuantitatif dengan metode korelasi.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penentuan responden penelitian menggunakan metode purposive sampling dimana peneliti sendiri yang menentukan kriteria sampelnya. Adapun kriterianya yaitu mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berusia 19-25 tahun dan aktif menggunakan media sosial Tiktok.

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi sebagai alat ukurnya. Skala psikologi adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur atribut psikologi melalui respon terhadap pernyataan-pernyataan (Y. V. S. Putri et al., 2020). Untuk alat ukur yang digunakan adalah skala harga diri yang diadaptasi dari teori Coopersmith (Vilanty & Sumaryanti, 2019) dan skala perilaku narsisme yang diadaptasi dari teori Raskin & Terry (Purnamasari & Agustin, 2019). Sedangkan analisis data menggunakan uji korelasi Person Product Moment yang digunakan untuk melihat hubungan antar kedua variabel dengan menggunakan software SPSS statistic 25.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan untuk menganalisa data penelitian, dalam penelitian ini uji asumsi yang dilakukan meliputi uji normalitas dan uji linearitas dengan menggunakan software SPSS for Windows 25.

Tabel 1. Uji Asumsi

| Variabel | Uji Normalitas | Uji Linearitas |
|-------------------|------------------|------------------|
| Harga Diri | 0.094 | 0.600 |
| Perilaku Narsisme | 0.117 | - |
| Keterangan | Terpenuhi | Terpenuhi |

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan terdistribusi normal atau tidak. Data dapat dikatakan terdistribusi normal atau tidak apabila signifikansinya ≥ 0.05 (Priyatno, 2012). Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan menggunakan liliefors significance correction diperoleh nilai signifikansi (p) sebesar 0,094 untuk skala Harga Diri dan 0,117 untuk skala Perilaku Narsisme pada tabel kolmogrov-smirnov. Hal ini menunjukkan bahwa $p \geq 0,05$ yang berarti ke dua variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Kategorisasi

Uji kategorisasi dilakukan untuk menempatkan individu kedalam kelompok terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang di ukur. Kategorisasi juga digunakan untuk proses pengolahan data dengan pendekatan kategorisasi nilai menggunakan mean empirik, mean hipotetik dan standar deviasi (Y. V. S. Putri et al., 2020). Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan 3 kategorisasi yaitu rendah, sedang dan tinggi.

Tabel 2. Kategorisasi Harga Diri

| Kategori | Jumlah Subjek | Presentase |
|----------|---------------|------------|
| Rendah | 13 | 13% |
| Sedang | 73 | 73% |
| Tinggi | 14 | 14% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 13% subjek yaitu sebanyak 13 orang memiliki harga diri pada kategori rendah, sedangkan 73% yaitu sebanyak 73 orang subjek memiliki harga diri pada kategori sedang, sedangkan 14% yaitu sebanyak 14 orang memiliki harga diri pada kategori tinggi.

Tabel 3. Kategorisasi Perilaku Narsisme

| Kategori | Jumlah Subjek | Presentase |
|----------|---------------|------------|
| Rendah | 19 | 19% |
| Sedang | 61 | 61% |
| Tinggi | 20 | 20% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 19% subjek yaitu sebanyak 19 orang memiliki harga diri pada kategori rendah, sedangkan 61% yaitu sebanyak

61 orang subjek memiliki harga diri pada kategori sedang, sedangkan 20% yaitu sebanyak 20 orang memiliki harga diri pada kategori tinggi.

Uji Korelasi

Uji korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji korelasi Person Product Moment dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kekuatan atau keeratan hubungan dua variabel. Melihat arah (jenis) hubungan dua variabel, melihat apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak. Hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Korelasi

| Variabel | Koefisien Korelasi | Signifikansi | Jumlah Subjek |
|-------------------|---------------------------|---------------------|----------------------|
| Harga Diri | -0.384 | 0.000 | 100 |
| Perilaku Narsisme | -0.384 | 0.000 | 100 |

Hasil uji korelasi diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar -0,384** dengan taraf signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka artinya ada hubungan yang signifikan (berarti) antara variabel Harga Diri dengan Perilaku Narsisme dengan kekuatan hubungan yang sangat kuat.

Discussion

Kecenderungan narsis biasanya muncul pada masa remaja yang tentunya merupakan usia dimana individu terus mencari jati diri, kemudian seiring berkembangnya internet terutama dalam kaitannya dengan media sosial membuat remaja siap untuk mengekspresikan diri sehingga melahirkan perilaku narsis. (Khairiyah Khadijah, Monalisa, 2022).

Merujuk pada hasil penelitian ini bahwa ada hubungan antara harga diri dengan perilaku narsisme tetapi bersifat lemah. Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya harga diri yang memengaruhi perilaku narsisme tetapi terdapat faktor lain, baik faktor internal maupun eksternal. Kedua faktor tersebut (Apsari, 2012) turut menjadi penyebab mengapa seseorang dapat melakukan perilaku narsisme, tetapi faktor tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini namun terdapat dalam penelitian lain.

Jika dilihat dari hasil kategorisasi variabel, diketahui bahwa variabel Harga Diri didominasi oleh kategori sedang begitu juga variabel perilaku narsisme berada pada kategori sedang, dimana hasil tersebut sejalan dengan penelitian (L. H. Putri, 2021) (Martiani et al., 2021) bahwa perilaku narsisme siswa masuk dalam kategori sedang. Sedangkan bila ditinjau dari aspek harga diri, maka tingkat harga diri siswa tergolong sedang.

Merujuk hasil di atas bahwa mahasiswa pengguna Tiktok cenderung memiliki harga diri sedang karena mahasiswa cenderung mengevaluasi dirinya dalam hal sikap menerima, menolak dan indikasi besarnya kepercayaan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan, keberhargaan menurut standar dan nilai pribadinya. Coopersmith dalam (Apriatama et al., 2022).

Sementara perilaku narsisme berada pada tingkatan sedang karena mahasiswa cinta terhadap diri sendiri, lebih mengutamakan dirinya sendiri lalu disalurkan pada tingkah lakunya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh (Engkus et al.,

2017) perilaku narsisme di kalangan remaja cenderung dilakukan sebagai aktualisasi diri tentang eksistensi diri agar dilihat oleh orang lain.

Pada hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar $-0,384^{**}$ untuk variabel harga diri dan perilaku narsisme dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara Harga Diri dengan Perilaku Narsisme dengan kekuatan hubungan yang sangat kuat. Selain itu, nilai minus pada koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara Harga Diri dan Perilaku Narsisme. Sedangkan tanda bintang dua ($**$) menunjukkan bahwa korelasi signifikansi pada level 0,01 (Priyatno, 2012).

Mengacu pada hasil korelasi di atas, hubungan yang negatif menandakan bahwa semakin tinggi Harga Diri maka semakin rendah tingkat Perilaku Narsisme. Sedangkan semakin rendah Harga Diri maka semakin tinggi tingkat Perilaku Narsisme. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Ibrahim, 2019) bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dengan perilaku narsisme pengguna media sosial instagram pada siswa SMA. Diperkuat juga oleh penelitian (L. H. Putri, 2021) bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku narsisme dan harga diri terhadap penggunaan media sosial Tiktok.

Mempertegas hasil penelitian di atas bahwa perilaku Narsisme seringkali melibatkan hubungan sosial untuk mengatur harga diri dan konsep diri. Narsisme tidak hanya berfokus pada variabel yang berkaitan dengan keintiman interpersonal, konsep diri, harga diri (Mann & Blumberg, 2022), kehangatan, atau hubungan positif jangka panjang lainnya, tetapi juga berfokus pada bagaimana memperkuat hubungan diantara beberapa variabel tersebut dalam kurun jangka pendek (Sakinah et al., 2020).

Bila merujuk pada hasil penelitian ini bahwa perilaku narsisme di kalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berada pada kategori sedang namun bukan berarti dalam posisi aman sebab perilaku narsisme mahasiswa cenderung meningkat. Untuk itu, perlu adanya kebijakan yang berkaitan dengan tindakan pencegahan yang dilaksanakan secara komprehensif melalui pembinaan terhadap mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya tentang penanggulangan bahaya terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Kebijakan tersebut sebaiknya dilakukan secara terarah dan terkoordinasi dari semua pihak melalui suatu kegiatan bersama misalnya diskusi pembinaan sikap, karakter, dan moralitas mahasiswa di era disrupsi digital.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa ada hubungan antara harga diri dengan perilaku narsisme pada mahasiswa yang menggunakan media sosial Tiktok di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dengan arah yang saling berhubungan, ketika harga diri mahasiswa tinggi, maka perilaku narsistiknya rendah, sehingga mahasiswa menggunakan media sosial Tiktok sebagai alat untuk menghibur diri atau mengisi waktu luang. Sebaliknya, mahasiswa yang menggunakan media sosial tiktok cenderung memiliki harga diri dengan kategori rendah sehingga tingkat narsismenya cenderung tinggi.

Adapun limitasi dalam penelitian ini adalah kesulitan dalam mencari mahasiswa yang sesuai dengan fenomena dan variabel pada penelitian ini. Sehingga bila merujuk pada latar belakang masalah, hasil dari penelitian ini tidak sejalan dan masih belum dapat dibahas dengan optimal karena minimnya sumber penelitian. Hal ini menjadi kekurangan peneliti karena disebabkan belum optimalnya dalam menggali permasalahan dan minimnya pembahasan hasil penelitian yang sejalan

REFERENCES

- Apriatama, D., Romiaty, R., Idha, S. Al, Anisah, W. N., & Maulida, R. (2022). Konseling Kelompok dengan Teknik Restrukturisasi Kognitif untuk Meningkatkan Harga Diri Santri. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6281–6288. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3229>
- Aprilian, D., Elita, Y., & Afriyati, V. (2020). Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu. *Consilia: Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling*, 2(3), 220–228. <https://doi.org/10.33369/consilia.2.3.220-228>
- Apsari, F. (2012). Hubungan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing pada pria metroseksual. *Peminatan Psikologi*, 01, 191–192.
- Asdiniah Triana, E. N. A. L. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(Vol. 5 No. 1 (2021): 2021), 1675–1682. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1156/1036>
- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Network Media*, 3(2), 59–65. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>
- Baumeister, R. F., & Bushman, B. J. (2008). *Social psychology and human nature* (Annotated instructor's Ed.). [References]. (2008), 507 pp.
- Bergman, S. M., Fearington, M. E., Davenport, S. W., & Bergman, J. Z. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences*, 50(5), 706–711. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.12.022>
- Dewi, C. G., & Ibrahim, Y. (2019). Hubungan Self-Esteem (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial Instagram pada Siswa SMA. *Jurnal Neo Konseling*, 1(2), 2019. <https://doi.org/10.24036/0099kons2019>
- Di Pierro, R., & Fanti, E. (2021). Self-concept in narcissism: Profile comparisons of narcissistic manifestations on facets of the self. *Clinical Neuropsychiatry*, 18(4), 211–222. <https://doi.org/10.36131/CNFIORITIEDITORE20210404>
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 121–134. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220>
- Hyun, S., & Ku, X. (2021). Proactive coping mediates the relationship between the narcissism phenotypes and psychological health. *Social Behavior and Personality*, 49(7). <https://doi.org/10.2224/SBP.10477>
- Khairiyah Khadijah, Monalisa, raja arlizon. (2022). Perilaku Narsisme Pada Remaja Dan Peran Guru Bimbingan Dan Konseling Khairiyah. *Pendidikan Dan Konseling*, 4, 17–25.

- Logrieco, G., Marchili, M. R., Roversi, M., & Villani, A. (2021). The paradox of tik tok anti-pro-anorexia videos: How social media can promote non-suicidal self-injury and anorexia. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1–4. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031041>
- Mann, R. B., & Blumberg, F. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery. *Acta Psychologica*, 228, 103629. <https://doi.org/10.1016/J.ACTPSY.2022.103629>
- Martiani, H. T., Hadiwinarto, H., & Herawati, A. A. (2021). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram Dengan Perilaku Narsisme Siswa Sma Negeri 6 Kota Bengkulu Serta Implikasinya Pada Layanan Bimbingan Dan Konseling. *Triadik*, 19(2), 10–17. <https://doi.org/10.33369/triadik.v19i2.16455>
- 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. <https://doi.org/10.36341/psi.v5i1.1914>
- Olva, H., Ibrahim, Y., & Marjohan, M. (2014). Hubungan Self-Esteem dengan Motivasi Belajar Remaja Panti Asuhan Aisyiyah Daerah Cabang Lubuk Bagalung Padang. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 2(2), 14–18. <https://doi.org/10.29210/19700>
- Priyatno, D. (2012). Cara Kilat Belajar Analisa Dat dengan SPSS 20. Mediakom.
- Purnamasari, A., & Agustin, V. (2019). Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram Di Kota Prabumulih. *Psibernetika*, 11(2), 115–132. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v11i2.1438>
- Putri, L. H. (2021). Perilaku Narsisme dan Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Siswa SMA. *Empati-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(1), 49–73. <https://doi.org/10.26877/empati.v8i1.7806>
- Putri, Y. V. S., Sokang, Y. A., Suharni, Mulyani, S. R. I., Hukum, J. I., Syariah, F., Hukum, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., Putri, R. N., Helmi, A. F., Anggraeni, N., Zulfiana, U., Russell, D. W., Gerow, J. E., Galluch, P. S., Thatcher, J. B., Lim, V. K. G., ... Bela, K. (2020). Reliabilitas dan Validitas. *Computers in Human Behavior*, 11(1), 35–44. <http://eprints.undip.ac.id/80074/>
- Sakinah, U., Zatrachadi, M. F., & Darmawati, D. (2020). Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 34. <https://doi.org/10.24014/0.8710544>
- Taty Fauzi, Fifin Sarantina, S. P. S. (2022). Efektivitas Konseling Rational Emotive Behavior Therapy (REBT) Menggunakan Aplikasi Tiktok Untuk Mengurangi Kecemasan Berbicara Siswa di Depan Kelas (Di SMP N 24 Palembang). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 1950–1958. <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>
- Vilanty, R., & Sumaryanti, I. U. (2019). Hubungan Self Esteem dengan Perilaku Compulsive Buying pada Mahasiswa Universitas X di Kota Bandung yang Berbelanja Secara Online. *Prosiding Psikologi*, 5(2), 311–317.

Wibowo, Y., & Silaen, S. M. J. (2018). Hubungan self-esteem dan penggunaan media sosial instagram dengan perilaku narsisme di kalangan siswa kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya. *Ikraith-Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 109–115. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/130/57>