



Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia is licensed under
A Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISTIK

Putri Sari¹⁾, Septya Suardja²⁾, Irham Zainuri³⁾, Hadi Pajarianto⁴⁾

- ¹⁾ Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia
E-mail: putrisari.bimbinkonseling@student.umpalopo.ac.id
- ²⁾ Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia
E-mail: septyasuardja@umpalopo.ac.id
- ³⁾ Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia
E-mail: muhammadirham@umpalopo.ac.id
- ⁴⁾ Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia
E-mail: hadipajarianto@umpalopo.ac.id

Abstrak. Tiktok adalah media sosial yang saat ini disukai oleh berbagai kalangan dari anak-anak hingga dewasa, dan penggunaannya meningkat akhir-akhir ini. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian korelasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo yang berjumlah 421 mahasiswa aktif kemudian diambil sampel berjumlah 165 mahasiswa menggunakan teknik *Purposive sampling* dengan kriteria subjek adalah mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo yang memiliki akun tiktok saat ini. Peneliti menggunakan kuesioner (angket) dengan analisis data menggunakan uji korelasi pearson dan dihasilkan nilai signifikansi pada uji korelasi intensitas penggunaan media sosial tiktok dan kecenderungan perilaku narsistik sebesar 0,000, hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan tiktok memiliki korelasi dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa, atau dapat dikatakan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial tiktok maka semakin tinggi kecenderungan narsistik pada mahasiswa. Penelitian ini dapat menjadi contoh untuk penelitian selanjutnya untuk mengetahui adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap kecenderungan perilaku narsistik.

Kata Kunci: Media Sosial; Tiktok; Perilaku Narsistik

I. PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa banyak perubahan dan pengaruh yang sangat besar pada modernisasi khususnya pada perubahan teknologi yang semakin canggih. Teknologi yang semakin canggih saat ini memungkinkan untuk manusia mampu menggunakan dan menikmati berbagai macam media sosial serta situs-situs internet. Media sosial adalah platform online yang memanfaatkan internet untuk memungkinkan koneksi langsung, komunikasi, berbagi ide dan pendapat serta berbagi konten sesama pengguna

(Dewa & Safitri, 2021). Teknologi yang berkembang sangat pesat ini tidak bisa dilepaskan dari berbagai aktivitas manusia sehari-hari. Kemajuan teknologi saat ini dinikmati oleh berbagai kalangan, diantara jenis dari media sosial yang banyak digunakan seperti: Instagram, tiktok, *facebook*, *you tube*, *twitter*, *whatsApp*, *line*, telegram dan lain-lain.

Aplikasi tiktok berasal dari Negara Tiongkok, pertama kali diluncurkan yaitu pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming (Utami, 2021). Aplikasi tiktok telah menjadi salah satu

media sosial yang paling banyak digemari oleh berbagai kalangan. Media sosial tiktok adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membuat sebuah video singkat yaitu dengan durasi hanya sekitar 15 detik saja, akan tetapi pada tahun 2021 penggunaan tiktok untuk membuat sebuah video sudah mampu mencapai durasi hingga 2 menit (Solikhah & Aesthetika, 2022). Peningkatan yang diraih oleh aplikasi tiktok ialah tiktok mampu mencapai peringkat kedua setelah whatsapp dengan jumlah pengguna berkisar 1,5 milyar, padahal aplikasi tiktok ini pernah diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika karena pada saat itu tiktok dirasa memberi dampak yang negative pada anak-anak yang menggunakan atau menonton konten didalamnya. Akan tetapi hal tersebut tidak berlangsung lama karena 2 tahun kemudian aplikasi tiktok menjadi aplikasi yang digemari kembali, menjadi trend populer serta menjadi budaya yang baru (Dewa & Safitri, 2021).

Tidak heran ketika media sosial tiktok kini dijadikan wadah untuk berbagai hal. Tiktok awalnya hanya digunakan untuk menonton video-video yang berdurasi singkat, kini kegiatan seperti berdagang pun mampu dilakukan dengan menggunakan media sosial tiktok. Manfaat yang bisa dirasakan saat ini dalam penggunaan media sosial tiktok adalah menunjang pemasaran produk dengan promosi, menjadi media hiburan untuk menghilangkan stres, membantu *influencer* untuk mensosialisasikan pesan berupa himbauan dalam bentuk konten agar lebih menarik perhatian para pengguna, mampu menjadi wadah untuk belajar serta mudah menjaring pertemanan.

Berdasarkan hasil dari data yang ada didapatkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia memang didominasi oleh usia 14-24 tahun yang disebut dengan gen Y dan Z (Astuti & Andriani, 2021). Oleh karena digemarinya maka penggunaan media sosial tiktok ini akan menjadi aktivitas individu yang dilakukan secara terus menerus yang akan menyebabkan intensitas penggunaan meningkat dan menghabiskan waktu yang banyak bagi pengguna (Najah et al., 2021). Dampak buruk yang dihasilkan dengan menggunakan tiktok secara intensif ini membuat

penggunanya tak kenal waktu, cenderung sibuk sendiri dan pada pengguna yang masuk kategori anak, mereka cenderung menampakkan perilaku imitasi. Ironisnya, banyak pengguna terutama remaja mencoba meniru perilaku ini ketika anak muda mencoba meniru pilihan mode orang dewasa, seperti mengenakan pakaian terbuka dan bergoyang dengan cara sensual yang tidak pantas. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan perhatian dan akhirnya menjadi viral.

Menggunakan media sosial tiktok secara berlebihan dan terus menerus tidaklah baik, dimana jika tidak dibentengi dengan konsep diri yang baik akan mendekati diri pada perilaku yang buruk. Salah satu bentuknya yaitu permasalahan yang berujung pada kesehatan mental atau gangguan kepribadian yaitu narsisme. Setiap individu yang perilakunya mengarah kepada perilaku narsistik akan ditandai dengan individu akan lebih mementingkan dirinya sendiri. Individu yang narsis tidak akan peduli dengan kritikan, lebih cenderung tidak peduli atau kurang empati, individu yang narsis juga akan memanfaatkan orang lain demi kepentingan pribadinya sendiri, ia dengan bangga memperlihatkan dirinya, bakatnya, pencapaian serta kehidupannya secara berlebihan. Individu yang cenderung narsis akan melakukan sesuatu untuk menerima pujian dan pertimbangan yang lebih besar dari orang-orang sekitarnya sehingga narsistik kadang-kadang dikategorikan sebagai gangguan kepribadian.

Adapun perilaku narsistik pada individu disebabkan beberapa faktor diantaranya faktor psikologis (narsistik terjadi dikarenakan kurangnya rasa penerimaan diri), faktor biologis lebih kepada gangguan yang terjadi akibat orangtua individu dimana ia mengalami suatu penyakit neurotik, ataupun akibat struktur fisik lainnya yang berhubungan dengan narsisme, serta faktor sosiologis (dimana dikatakan bahwa narsistik bisa dialami oleh setiap manusia dari berbagai golongan).

Menurut DSM-V APA, 2012 orang dikatakan memiliki kecenderungan perilaku narsistik jika menunjukkan 6 dari 9 ciri diantaranya terlalu memikirkan dirinya sendiri, memiliki keyakinan

akan keunikan dan kekhasannya dibandingkan dengan orang lain, memiliki khayalan tinggi atau ambisi yang sangat tinggi tentang dirinya (kejayaan atau kesuksesan, kecantikan atau ketampanan dirinya), merasa bahwa dikagumi adalah salah satu kebutuhan, merasa bahwa dirinya sangat pantas untuk diperlakukan berbeda dari orang (diperlakukan secara spesial, dirinya merasa empati, serta memanipulasi hubungannya, serta menjadi sombong, percaya bahwa orang lain iri padanya, dan merasa iri pada orang lain (Hardika et al., 2019).

Saat ini tidak jarang lagi kita mendapatkan banyaknya kalangan muda maupun tua yang dengan bangganya mengumbar kecantikan serta kemolekan tubuh dengan berlempang lempok didepan kamera. Tidak hanya itu segala sesuatu yang dilakukan akan dijadikan sebuah konten seperti konten *A Day In My Life* yang memperlihatkan segala aktivitas dari awal bangun tidur hingga tidur kembali. Tidak jarang konten yang *publish* pun adalah konten-konten vulgar yaitu memakai busana yang tidak pantas. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan *like* dan komen yang banyak dari pengguna tiktok yang lain. Privasi seakan sudah tidak bermakna lagi karena dengan media tiktok ini penggunaannya leluasa untuk mengumbar masalah pribadinya ke publik tanpa adanya kekhawatiran dan rasa malu.

Selain itu pada saat melakukan wawancara bahwa adanya beberapa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo yang menggunakan Media sosial tiktok mengatakan bahwa mereka sangat senang menggunakan aplikasi tiktok yang awalnya mereka hanya ikut-ikutan kini menggunakan media sosial tiktok telah menjadi hobby. Adanya mahasiswa menyatakan bahagia ketika membuat video-video dan kemudian diposting kedalam media sosial tiktok. Penggunaan media sosial yang intens ini membuat mereka terkadang hampir setiap hari membuat video, terlebih ketika ada sesuatu yang tren pada saat itu maka mereka akan segera membuat video yang sama, mereka senang dipuji dan mendapatkan *like* yang banyak, mereka seperti tidak memperdulikan bahwa banyak hal yang sebenarnya tidak perlu dipublikasikan.

Mereka sangat *sensitive* terhadap kritik atau kegagalan yang tidak sesuai harapan mereka. Perilaku tersebut mengarah kepada perilaku yang dikenal dengan narsistik atau narsisme.

Studi Frederick dan Zhang 2019 terhadap 397 responden tidak menemukan hubungan antara penggunaan media sosial dan narsisme. Ini kontras dengan studi Brailovskaia 2020 yang melibatkan 499 peserta dan menemukan hubungan yang kuat antara intensitas penggunaan media sosial dan karakteristik narsisme. Hal ini disebabkan pengguna media sosial lebih intens pada mereka yang memiliki kecenderungan narsistik. Berdasarkan temuan hasil wawancara mengenai intensitas penggunaan media sosial dan narsistik mendapatkan hasil yang bervariasi. Ada orang yang percaya narsisme mempengaruhi seberapa intens orang menggunakan media sosial, dan ada orang yang percaya bahwa perilaku narsistik mempengaruhi seberapa intens orang menggunakan media sosial.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menjadi hal yang menarik dan menjadi alasan penting bagi peneliti untuk melakukan pembuktian mengenai intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap cenderungnya orang dalam berperilaku narsistik khususnya pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan tingkat narsisme mahasiswa.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian observasional korelasi. Studi selama 2 bulan yang berlangsung di Universitas Muhammadiyah Palopo ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai bulan November 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo yang berjumlah 421 mahasiswa aktif. Sampel diambil 10% dengan taraf kesalahan dari total populasi (Sugiyono, 2016) yaitu berjumlah 165 mahasiswa. Sampel

dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria subjek adalah mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo yang memiliki akun tiktok saat ini. Prosedur penelitian dilakukan dengan menyebar angket kepada mahasiswa yang telah dipilih menjadi sampel kemudian melakukan analisis data dari hasil yang didapatkan dari proses penyebaran angket.

Data tingkat penggunaan media sosial tiktok dan narsis dikumpulkan menggunakan angket yang dikembangkan oleh peneliti dengan mengacu pada beberapa aspek yakni perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi merupakan faktor yang mempengaruhi seberapa intens orang menggunakan platform jejaring sosial tiktok (dalam Dewi et al., 2021). Adapun skala narsistik dikembangkan dengan mengacu pada aspek authority (menganggap bahwa setiap orang harus tunduk kepadanya), exhibitionism (seseorang terus-menerus memuji kemampuan mereka karena mereka percaya bahwa mereka memiliki keterampilan dan kualitas yang luar biasa), exploitativeness atau memanfaatkan orang lain untuk mendapat keuntungan, entitlement (merasa bahwa mereka memiliki hak untuk dipuji dan berharap orang lain akan memujinya), vanity (berperilaku angkuh dan arogan), superiority (memiliki dorongan untuk terus-menerus untuk memimpin untuk menunjukkan kekuatan yang dimilikinya), serta *Self-sufficiency* yang mencakup rasa harga diri yang kuat serta keyakinan yang luar biasa bahwa dirinya spesial dan unik (Nurdiana, 2018). Setelah menyusun item skala, maka peneliti melakukan uji pilot untuk mengetahui nilai validitas dan reliabilitas. Keseluruhan data dianalisis menggunakan teknik korelasi product moment dengan bantuan SPSS 25 for windows.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun uji normalitas data dapat dilihat pada tabel 1.

TABEL 1.
 HASIL UJI NORMALITAS
 ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST

PENGUNAAN TIKTOK	NARSISTIK	
N	165	165
Normal Parameters, b	Mean	114.09
	Std. Deviation	17.977
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.053
Test Statistic	.060	.063
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200c,d	.200c,d

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Metode Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam uji normalitas pada penelitian ini untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal. Jika nilai signifikansinya lebih besar atau sama dengan 0,05 maka data tersebut dianggap berdistribusi normal. Dalam penelitian ini skala kecenderungan narsistik memiliki nilai signifikansi p sebesar $0,200 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa data terdistribusi normal, dan skala intensitas penggunaan media sosial tiktok memiliki nilai signifikansi p sebesar $0,200 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa data sama terdistribusi normal.

TABEL 2.
 MEAN DAN STANDAR DEVIASI

	Mean	Std. Deviation	N
Penggunaan tiktok	114.09	17.977	165
Narsistik	89.33	13.908	165

Berdasarkan tabel 2 menjelaskan bahwa nilai mean dari penggunaan tiktok sebesar 114.09 dengan standar deviasi 17.977, selanjutnya nilai mean narsistik menunjukkan sebesar 89.33 dengan standar deviasi 13.908.

TABEL 3.
 HASIL UJI HIPOTESIS

	Correlations	Penggunaan Tiktok	Narsistik
Pearson	Intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap kecenderungan perilaku narsistik	1,000	.704**
		165	.000 165

Berdasarkan Tabel 3 menampilkan hasil pengujian hipotesis menggunakan korelasi *product moment*. Nilai signifikansi (p) antar variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok adalah 0,000 sesuai dengan hasil uji *product moment*. Karena tingkat signifikansinya adalah $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap kecenderungan perilaku narsistik.

Orang-orang dari berbagai daerah dapat berinteraksi, mengembangkan koneksi dan berbaur dengan mudah berkat media sosial (Abidah et al., 2020). Pada umumnya media sosial telah mampu menghipnotis masyarakat untuk mencobanya, hal ini menyebabkan sering kali banyak orang yang ditemukan memiliki kepribadian yang sangat berbeda antara dirinya di dunia nyata dan dengan kepribadiannya pada media sosial tiktok miliknya. Mereka senang menggunakan tiktok karena memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri di media sosial, yang merupakan keuntungan yang mereka rasakan. Bentuk dari pengekspresian diri ini dapat dilakukan melalui banyak hal seperti membuat video *lipsync* atau video lainnya yang mampu menambah kreativitas dan kepercayaan diri (Adawiyah, 2020) khususnya yang terjadi pada mahasiswa. Mahasiswa yang intens menggunakan tiktok mampu memiliki kecenderungan kecanduan untuk selalu memposting dirinya, kehidupannya, pencapaiannya segalanya kedalam akun tiktok yang akhirnya media sosial tiktok ini menjadi pemuas untuk mendapatkan perhatian yang berlebihan, dan kekaguman akan dirinya sendiri yang mengarah ke perilaku narsistik.

Istilah “narsistik” secara epistemologi berasal dari kata *narcissistic*. Sigmund Freud menciptakan istilah narsis yang mengacu pada seseorang yang mementingkan diri sendiri, untuk menggambarkan sosok Legendaris Yunani *Narkissos* yang memiliki nama latin *Narcissus* (Sakinah et al., 2020). Dengan demikian penggunaan media sosial tiktok yang intens mampu mempengaruhi perilaku narsistik pada mahasiswa. Artinya perilaku narsistik pada mahasiswa tersebut lebih menitikberatkan pada rasa percaya diri atau kebanggaan diri yang berlebihan. Perilaku narsistik adalah perilaku orang yang ingin selalu menampilkan pola berlebihan dan rasa percaya diri yang tinggi dimana individu tidak mampu menyesuaikan diri dengan keadaan (Aprilian et al., 2020). Penggunaan media sosial pada dasarnya memang sudah pasti memiliki dampak baik dan buruk terutama jika digunakan secara berlebihan dan tidak bijak (Elmansyah, 2017).

Menurut temuan penelitian ini, ada hubungan yang substansial antara kedua variabel penelitian yang artinya bahwa penggunaan media sosial tiktok memiliki hubungan dengan tingkat narsistik. Temuan penelitian ini memberikan gambaran tentang seberapa intens mahasiswa Fakultas keguruan dan Ilmu pendidikan menggunakan tiktok serta seberapa besar kecenderungan perilaku narsistik, atau dapat dikatakan bahwa semakin intens mahasiswa menggunakan tiktok maka semakin memiliki kecenderungan untuk menunjukkan kepribadian narsistik.

Sesuai dengan penelitian (Aprilian et al., 2020) ada hubungan antara penggunaan media sosial tiktok dengan perilaku narsis. Koefisien korelasi untuk hubungan ini adalah 0,637 dan ambang batas signifikansi ditetapkan pada $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Ini menyiratkan bahwa tingkat perilaku narsis meningkat dengan penggunaan media sosial tiktok. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Kurniati, 2022) bahwa keinginan untuk menampilkan jati diri yang ditampilkan ke dalam aktivitas penggunaan media sosial tiktok ini sangatlah berpengaruh untuk menimbulkan perilaku narsistik. Ini dianggap narsis karena

menganut teori psikoanalitik Freud yang menciptakan istilah yang mengacu pada seseorang yang hanya mementingkan dirinya serta menunjukkan bahwa dirinya orang yang penting dengan harapan ingin mendapat perhatian dari orang lain (Engkus et al., 2017).

Dalam penggunaan media sosial tiktok secara aktif mendatangkan banyak hal-hal baru terhadap kehidupan sosial. Ada yang menghadirkan perubahan yang positif dan tentu juga ada yang negatif jika penggunaannya tidak dibatasi. Salah satu penyebab utama perilaku narsistik adalah memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Perilaku narsistik akan dihasilkan dari memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Seperti yang ditunjukkan oleh (Dewi et al., 2021) yang melakukan penelitian tentang kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial tiktok selama pandemi, penggunaan media sosial yang intens dikombinasikan dengan kepercayaan diri yang kuat pasti akan berdampak signifikan pada munculnya perilaku narsistik

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan studi yang dilakukan peneliti pada 165 mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dan kecenderungan perilaku narsistik yang dilihat berdasarkan hasil uji korelasi product moment terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial tiktok dan narsistik dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000. Berdasarkan aspek-aspek yang disebutkan dalam penelitian diatas dan temuan dari pengujian data, temuan penelitian yang menunjukkan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dan kecenderungan perilaku narsistik. Kecenderungan narsistik ini sesuai dengan teori narsistik psikoanalisis Freud yang pertama kali menggunakan istilah narcissistic yaitu sikap individu yang selalu menunjukkan bahwa dirinya adalah orang yang penting secara berlebihan dengan dasar keinginan untuk mendapatkan sebuah perhatian. Kesimpulannya menggunakan media sosial secara intens ataupun secara berlebihan mampu mendatangkan hal yang tidak baik seperti perilaku narsistik, maka dari itu

baiknya semua pengguna media sosial terkhususnya tiktok mampu menjadi pengguna yang bijak dan tidak berlebihan. Berdasarkan hasil kesimpulan maka peneliti berharap unruk peneliti selanjutnya tidak hanya terbatas pada variabel narsistik saja akan tetapi bisa memperluas penelitian dengan menghubungkan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dan variabel lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan dan kemudahan sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian ini dengan efektif. Ucapan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Palopo yang telah memfasilitasi kegiatan riset dan publikasi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyelesaian penelitian ini serta para responden. Terlepas dari segala kekurangan, penelitian ini akan terus disempurnakan dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, A., Aziz, A., Psikologi, P. S., Pendidikan, F. I., & Yogyakarta, U. N. (2020). *Acta Psychologia*, 2, 92–107. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/ap.v2i2.35100>
- 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. (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>
- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). Intensitas

- Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 134–142.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dewi, C. M., Putri, A. S., Zamzam Nugraha, M. P., & Haq, A. H. B. (2021). Kepercayaan diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok di Masa Pandemi: Studi Korelasi. *Fenomena*, 29(2). <https://doi.org/10.30996/fn.v29i2.4653>
- Elmansyah, T. (2017). Upaya Mencegah Dampak Negatif Sosial Media Dengan Layanan Informasi Melalui Media Visual Pada Siswa Kelas Xi Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Pemangkat Kabupaten Sambas. *JBKI (Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia)*, 2(2), 47. <https://doi.org/10.26737/jbki.v2i2.256>
- 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>
- Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). Hubungan Self-Esteem Dan Kesepian Dengan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram. *PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.30587/psikosains.v14i1.928>
- Kurniati, K. (2022). a Journal Analisis Perilaku Narsistik Remaja Buddhis Pengguna Aplikasi Tiktok Di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo. *Jurnal Agama Buddha Dan Ilmu Pengetahuan*, 7(2), 140–145. <https://doi.org/10.53565/abip.v4i2.306>
- 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>
- Nurdiana, R. Y. W. (2018). Hubungan Narsisme dan Perilaku Selfie (Self-Potrait Sharing) Pada Mahasiswa. *Universitas Muhammadiyah Malang*, 1–61. <http://eprints.umm.ac.id/38263/1/SKRIPSI.pdf>
- 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>
- Solikhah, N. I., & Aestetika, N. M. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Media Sosial terhadap Kecenderungan Phubbing. *Warta ISKI*, 5(1), 113–119. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v5i1.140>
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif,kualitatif,dan r&d* (Alfabeta (ed.); 24th ed.).
- Utami, A. D. V. (2021). Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 40–47. <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.962>