

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP
KECENDERUNGAN NARSISTIK PADA MAHASISWA DI KOTA
MEDAN**

Angelia Stephani Br Ginting¹, Freddy Butarbutar²
[¹angelia.stephani@student.uhn.ac.id](mailto:angelia.stephani@student.uhn.ac.id), [²freddybutarbutar@uhn.ac.id](mailto:freddybutarbutar@uhn.ac.id)
Universitas HKBP Nommensen Medan

ABSTRAK

TikTok merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswa sebagai sarana memperoleh hiburan, informasi, dan berinteraksi dengan pengguna lain. Tingginya intensitas penggunaan TikTok diduga dapat memengaruhi kecenderungan narsistik pada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 348 mahasiswa aktif perguruan tinggi negeri dan swasta di Kota Medan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala intensitas penggunaan TikTok yang disusun berdasarkan aspek frekuensi dan durasi serta skala kecenderungan narsistik yang diadaptasi dari Narcissistic Personality Inventory (NPI-40) oleh Raskin dan Terry (1988). Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa di Kota Medan ($F = 4,796$; $p = 0,029$). Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 22,221 - 0,082X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan intensitas penggunaan TikTok diikuti dengan penurunan skor kecenderungan narsistik sebesar 0,082. Nilai koefisien korelasi sebesar $R = 0,117$ menunjukkan hubungan yang sangat rendah, sedangkan nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,014$) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok memberikan kontribusi sebesar 1,4% terhadap kecenderungan narsistik, sementara 98,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, intensitas penggunaan TikTok merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa, namun besarnya pengaruh tersebut relatif kecil.
Kata Kunci: Intensitas Penggunaan Tiktok, Kecenderungan Narsistik, Mahasiswa.

ABSTRACT

TikTok is one of the most widely used social media platforms among university students for entertainment, information seeking, and social interaction. The high intensity of TikTok use is presumed to influence narcissistic tendencies among students. This study aimed to examine the effect of TikTok usage intensity on narcissistic tendencies among university students in Medan City. This study employed a quantitative approach involving 348 active students from public and private universities in Medan City, selected using a purposive sampling technique. Data were collected using the TikTok Usage Intensity Scale, developed based on the aspects of frequency and duration, and the Narcissistic Personality Inventory (NPI-40) adapted from Raskin and Terry (1988). The results showed that TikTok usage intensity had a negative and statistically significant effect on narcissistic tendencies among university students in Medan City ($F = 4.796$; $p = 0.029$). The regression equation obtained was $Y = 22.221 - 0.082X$, indicating that each one-unit increase in TikTok usage intensity was associated with a decrease of 0.082 points in narcissistic tendency scores. The correlation coefficient ($R = 0.117$) indicated a very weak relationship, while the coefficient of determination ($R^2 = 0.014$) revealed that TikTok usage intensity accounted for only 1.4% of the variance in narcissistic tendencies, whereas the remaining 98.6% was influenced by other factors not examined in

this study. Therefore, TikTok usage intensity is one of the factors associated with narcissistic tendencies among university students, although its effect is relatively small.

Keywords: *TikTok Usage Intensity, Narcissistic Tendencies, University Students.*

PENDAHULUAN

Mahasiswa menempati fase kehidupan yang dikenal sebagai dewasa awal, yaitu periode perkembangan yang ditandai oleh upaya membangun identitas diri, pemantapan konsep diri, serta pembentukan relasi sosial yang lebih kompleks. Pada tahap ini, individu tidak hanya berupaya memahami siapa dirinya, tetapi juga bagaimana dia dipandang oleh lingkungan sosialnya. Santrock (2002) menyatakan bahwa dewasa awal merupakan istilah yang menggambarkan masa transisi mulai sejak remaja menuju masa dewasa. Kelompok umur dewasa awal berusia 18 sampai 25 dan ditandai dengan aktivitas masa percobaan dan pencarian.

Masa transisi dari remaja menuju kedewasaan ini ditandai oleh berbagai perubahan aspek biologis, psikologis, dan sosial, di mana individu mulai membentuk jati diri, mengeksplorasi berbagai peran sosial, serta berusaha menemukan arah hidup dan tujuan yang sesuai dengan nilai-nilai pribadi (Santrock, 2019). Mahasiswa sebagai individu yang berada pada tahap dewasa awal menghadapi berbagai tuntutan perkembangan, baik secara akademik maupun sosial. Dalam proses penataan identitas tersebut, mahasiswa cenderung menaruh perhatian besar pada citra diri dan bagaimana penerimaan sosial memperkuat harga diri mereka. Namun, dalam proses tersebut, muncul kecenderungan untuk menilai diri berdasarkan pengakuan eksternal, seperti penghargaan, perhatian, dan penerimaan sosial.

Salah satu aspek psikologis yang muncul dari fenomena ini adalah kecenderungan narsistik. Narsisme merupakan kecenderungan individu untuk memiliki rasa cinta dan perhatian yang berlebihan terhadap dirinya sendiri, disertai keyakinan bahwa dirinya memiliki tingkat kepentingan dan keunggulan yang lebih tinggi dibandingkan orang lain. Individu dengan kecenderungan narsistik cenderung menilai dirinya lebih cerdas, lebih menarik, lebih berkuasa, serta lebih unggul dibandingkan lingkungan sekitarnya (Chaplin, 2009). Menurut Raskin & Terry (1988) perilaku narsistik dipahami sebagai kecenderungan individu untuk menonjolkan diri, mencari perhatian, memerlukan pengakuan sosial berlebihan, serta memiliki rasa superior terhadap orang lain.

Kecenderungan narsistik secara psikologis berkaitan dengan orientasi nilai individual yang terlalu menekankan pada apresiasi eksternal, rendahnya empati, serta ketergantungan pada umpan balik positif dari orang lain. Individu dengan kecenderungan narsistik sering memiliki kebutuhan besar akan validasi sosial dan penguatan citra diri, yang kemudian memengaruhi hubungan interpersonal mereka (Campbell & Foster, 2011). Kondisi ini berpotensi memengaruhi kualitas hubungan interpersonal, terutama ketika individu lebih memprioritaskan kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan orang lain.

Narsisme dapat dianggap sebagai salah satu indikasi dari gangguan kepribadian Narcissistic Personality Disorder (NPD). Menurut American Psychiatric Association dalam DSM-5 (2013), NPD ditandai dengan adanya fantasi mengenai pencapaian kesuksesan, kecenderungan menunjukkan kekuatan, kecerdasan, penampilan fisik, cinta ideal, kebutuhan untuk diakui oleh orang lain serta kurangnya rasa empati. Berdasarkan pedoman DSM V ciri-ciri dari kecenderungan narsistik ialah mementingkan diri sendiri dengan melebih-lebihkan tentang dirinya kepada orang lain seperti prestasi, pencapaian, bentuk penampilan fisik, membutuhkan validasi dari orang lain, eksploitatif secara personal, kurang empati, sering merasa iri, dan menunjukkan sikap angkuh.

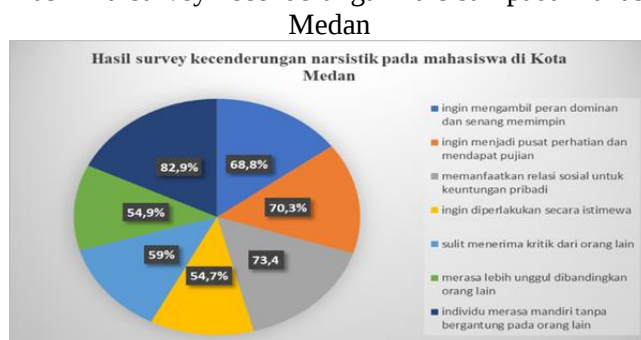
Berbagai penelitian telah menemukan indikasi bahwa kecenderungan narsistik meningkat dalam populasi generasi dewasa muda. Misalnya, Twenge et al. (2008) melaporkan bahwa tren narsisme di kalangan dewasa muda dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan pola kenaikan, yang diduga dipengaruhi oleh perubahan budaya yang semakin menekankan

pencapaian personal, citra diri, dan pengakuan sosial. Melalui analisis terhadap 85 sampel mahasiswa menunjukkan bahwa skor narsisme yang diukur menggunakan Narcissistic Personality Inventory (NPI) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sejak tahun 1982 skor narsisme mahasiswa meningkat sekitar 0,33 standar deviasi, dan hampir dua pertiga mahasiswa pada generasi yang lebih baru memiliki tingkat narsisme yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata mahasiswa pada periode sebelumnya.

Fenomena ini menjadi perhatian khusus pada mahasiswa, mengingat fase dewasa muda merupakan periode penting dalam pembentukan identitas dan perkembangan kepribadian. Mahasiswa dengan kecenderungan narsistik yang tinggi sering memusatkan perhatian pada pencitraan diri dan validasi sosial, mengabaikan kritik, serta lebih memprioritaskan penghargaan sosial dibandingkan perkembangan akademik yang substansial. Hal ini dapat menimbulkan kesulitan dalam hubungan interpersonal, menurunkan efektivitas kerja kelompok, serta memperlemah kedalaman pemahaman akademik. Kebutuhan individu untuk memperoleh kekaguman serta dorongan untuk meningkatkan citra diri merupakan bagian yang wajar dalam struktur kepribadian. Namun, kecenderungan tersebut dapat berkembang menjadi bersifat patologis apabila diekspresikan secara berlebihan dan disertai dengan gangguan dalam fungsi kehidupan sehari-hari maupun hubungan interpersonal individu (Najah et al., 2021).

Sebelumnya, peneliti telah melakukan Survey awal dengan membagikan kuesioner secara online terhadap 30 orang mahasiswa aktif Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di kota Medan. Berikut ini hasil dari survey awal yang dilakukan peneliti dengan menggunakan pernyataan SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju) yang bersumber dari aspek variabel yang akan di uji.

Gambar 1.1 Hasil Pra-survey kecenderungan narsistik pada mahasiswa di Kota



Berdasarkan hasil pra-survei di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa aktif di Kota Medan menunjukkan beberapa kecenderungan perilaku yang berkaitan dengan karakteristik narsistik. Hal ini terlihat dari tingginya keyakinan responden terhadap kemampuan diri sendiri, dimana sebagian besar responden merasa mampu menyelesaikan berbagai masalah secara mandiri dan lebih mengandalkan diri sendiri dalam berbagai situasi (82,9%). Selain itu, sebagian responden juga menunjukkan kecenderungan menjalin relasi sosial yang dapat memberikan keuntungan bagi dirinya (73,4%). Hal ini terlihat dari perilaku memanfaatkan hubungan dengan orang lain untuk memperoleh manfaat tertentu, seperti dukungan, bantuan, atau peluang yang dapat menguntungkan dirinya. Responden juga memperlihatkan kecenderungan untuk menjadi pusat perhatian serta merasa senang ketika mendapatkan pujian atau kekaguman dari orang lain (70,3%). Perilaku ini dapat terlihat dari upaya menarik perhatian dalam lingkungan sosial serta munculnya rasa puas ketika mendapatkan apresiasi dari orang lain.

Selain itu, sebagian responden juga menunjukkan kecenderungan mengambil peran dominan ketika berada dalam kelompok (68,8%). Hal ini terlihat dari perilaku seperti keinginan memimpin diskusi, mengarahkan keputusan kelompok, atau merasa lebih pantas menjadi pemimpin dibandingkan anggota lainnya. Di sisi lain, sebagian responden juga menunjukkan

kecenderungan untuk menjaga citra diri di hadapan orang lain serta merasa kurang nyaman ketika menerima kritik (59,0%). Hal ini terlihat dari usaha menampilkan diri secara positif dan mempertahankan kesan diri agar tetap terlihat baik di lingkungan sosial. Responden juga memperlihatkan kecenderungan merasa memiliki kemampuan yang lebih unggul dibandingkan orang lain (54,9%). Hal ini terlihat dari keyakinan bahwa dirinya lebih mampu atau lebih baik dibandingkan orang lain dalam berbagai situasi. Selain itu, sebagian responden juga menunjukkan kecenderungan mengharapkan perhatian atau perlakuan khusus dari orang lain (54,7%), seperti berharap diprioritaskan atau mendapatkan penghargaan lebih dalam lingkungan sosial.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei ini menunjukkan bahwa mahasiswa aktif di Kota Medan memiliki kecenderungan perilaku seperti percaya diri yang tinggi, keinginan untuk menjadi pusat perhatian, kecenderungan mengambil peran dominan dalam kelompok, serta memanfaatkan relasi sosial untuk kepentingan pribadi. Wade et al. (2016) mengemukakan bahwa individu yang memiliki kecenderungan perilaku narsistik akan terus menuntut penghormatan dan perhatian dari individu lain serta merasa berhak mendapatkan kebaikan dari individu lain tanpa harus membalasnya. Untuk mendukung temuan pra-survei tersebut diperkuat oleh hasil wawancara singkat yang dilakukan peneliti, berikut merupakan hasil wawancaranya :

“Kalo aku biasanya langsung share ajasih, apalagi di sosmed. Misalnya kalo aku lagi punya kelebihan atau lagi ngelakuin sesuatu yang menurut aku keren, aku pasti langsung posting atau engga langsung kutunjuin keteman-temanku. Biar mereka tau lebihb Hanku kek contoh aku buat video cover lagu trus aku posting di TikTok, biar aku dapat pujian dari orang lain. Karna menurutku gak ada salahnya nunjukkin kelebihan kita, apalagi kalau memang itu sesuatu yang bisa dibanggakan. Aku senang kali kalo ada orang lain lihat dan ngasih respon, kayak muji aku, karna itu yang bikin aku ngerasa apa yang aku lakukan memang layak buat diperhatiin orang. Tapi kalau misalnya gak terlalu diperhatiin, kadang aku mikir mungkin mereka belum terlalu sadar aja sama kemampuan aku, jadi biasanya aku tetap berusaha nunjukkin hal-hal yang aku bisa supaya orang lain juga tau.”

(O, 28 Februari 2026)

“Kalo jujur ya, aku orangnya lumayan pengen dihargai dan diakui juga sama orang lain. Jadi kalo aku punya kemampuan, rasanya pengen juga orang lain tau. Misalnya kalau penampilanku lagi bagus atau cantik biasanya aku cerita ke teman-teman. Kalau di media sosial juga hampir sama. Kadang aku posting kegiatan sehari-hariku atau hal-hal yang menurutku keren dari diriku. Ya biar orang lain juga lihat kalau aku punya kemampuan atau lagi melakukan hal-hal yang positif. Biasanya aku juga lebih milih nunjukin hal-hal yang menurutku paling bagus dari diriku. Jadi secara nggak langsung orang lain bisa lihat juga kemampuan yang aku punya. Kalau dipikir-pikir, kadang memang ada juga rasa pengen dapat perhatian atau pengakuan dari orang lain. Misalnya berharap ada yang kasih like, komentar, atau bahkan muji. Apalagi sekarang kan lewat media sosial kita gampang banget nunjukkin kelebihan dari diri kita.”

(M, 02 Maret 2026)

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat dilihat beberapa perilaku yang menunjukkan kecenderungan narsistik, antara lain: sering membagikan pencapaian atau kemampuan yang dimiliki kepada orang lain, memposting aktivitas atau hasil karya di media sosial untuk mendapatkan perhatian, menunjukkan sisi terbaik dari diri sendiri agar mendapat pengakuan dari lingkungan sosial, serta merasa senang ketika memperoleh pujian, komentar, atau respon positif dari orang lain. Bahkan ketika perhatian yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan, responden tetap berusaha menampilkan kemampuannya agar tetap mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Perilaku-perilaku tersebut dapat dikaitkan dengan beberapa aspek kecenderungan narsistik menurut Raskin dan Terry (1988). Perilaku sering menampilkan kemampuan, pencapaian, dan aktivitas diri di media sosial menunjukkan aspek exhibitionism, yaitu kecenderungan individu untuk menampilkan diri dan menjadi pusat perhatian. Selanjutnya, perilaku menunjukkan kemampuan atau kelebihan yang dimiliki kepada orang lain berkaitan dengan aspek superiority, yaitu adanya keyakinan bahwa diri memiliki kelebihan tertentu yang patut diketahui oleh orang lain. Selain itu, perilaku memilih menampilkan penampilan atau sisi terbaik dari diri sendiri menunjukkan aspek vanity, yaitu kebanggaan terhadap penampilan atau citra diri. Sementara itu, keinginan untuk memperoleh pujian, perhatian, serta pengakuan dari orang lain juga mengarah pada aspek entitlement, yaitu kecenderungan individu merasa layak mendapatkan perhatian atau penghargaan dari lingkungan sosialnya. Dengan demikian, hasil wawancara tersebut menunjukkan adanya indikasi kecenderungan narsistik pada responden yang tercermin melalui berbagai perilaku yang berkaitan dengan cara individu menampilkan diri serta mencari perhatian dan pengakuan dari orang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kecenderungan narsistik berpotensi dapat memengaruhi perilaku sosial mahasiswa, termasuk dalam pola interaksi, serta penggunaan media sosial secara berlebihan sebagai sarana memperoleh pengakuan dan validasi diri.

Perkembangan teknologi dan perubahan pola interaksi sosial turut memengaruhi cara mahasiswa mengekspresikan diri dan memperoleh pengakuan sosial. Saat ini, mahasiswa hidup dalam lingkungan digital yang menyediakan ruang luas untuk menampilkan identitas diri dan menerima penilaian dari orang lain. Lingkungan sosial yang semakin kompetitif, ditambah dengan budaya yang menekankan visibilitas dan popularitas, berpotensi memperkuat kecenderungan perilaku narsistik (Gnambs & Appel, 2018).

Pada era global modern ini, media sosial memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan generasi milenial dan generasi Z seperti mahasiswa, karena media tersebut dapat diakses dengan mudah kapan saja dan di mana saja serta memberikan kebebasan bagi para penggunanya (Perdini & Hutahaean, 2021). Suryanto (2010) menyebutkan bahwa salah satu pengguna internet adalah mahasiswa. Mahasiswa lebih rentan untuk menjadi pecandu internet karena kesibukan dan aktivitas yang banyak dari mahasiswa, membuat mahasiswa bergantung pada internet. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, mereka menggunakan media sosial tidak hanya untuk memperoleh informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai sarana utama untuk mengekspresikan diri.

Media sosial memungkinkan individu untuk mengelola kesan diri, membagikan aktivitas personal, serta memperoleh umpan balik sosial secara cepat. Dalam konteks ini, ekspresi perilaku narsistik tidak hanya muncul dalam interaksi langsung, tetapi juga semakin terlihat dalam ruang digital. Perubahan sosial dan teknologi telah mengubah cara individu, termasuk mahasiswa, berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial menjadi ruang utama untuk mengekspresikan identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial. Berdasarkan data We Are School dan DataReportal (2025), Indonesia memiliki pengguna media sosial aktif yang mencakup 50,2% dari total populasi. Menurut Databoks (2025), data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai sekitar 80,66% pada tahun 2025, yang mencerminkan pertumbuhan akses digital di masyarakat.

Di tengah panorama media sosial yang semakin ramai, TikTok hadir sebagai sebuah disrupti. TikTok adalah aplikasi buatan china yang dibuat oleh perusahaan ByteDance pada bulan September 2016. Konsep aplikasi TikTok adalah menayangkan video dengan durasi pendek yang memberikan spesial efek dan unik sehingga penggunanya dapat beraktivitas dalam membuat dan merekam setiap momen yang berharga melalui smartphone (Nurohman, 2021). Platform seperti TikTok memberikan ruang bagi pengguna untuk membagikan konten tentang

diri mereka kepada audiens luas, menerima umpan balik instan dalam bentuk like, komentar, dan share, serta menilai popularitas melalui statistik tampilan. Hal ini memunculkan fenomena di mana individu tidak sekadar berinteraksi sosial, tetapi juga berkompetisi untuk memperoleh pengakuan sosial.

Sejak diluncurkan global pada 2018, platform berbagi video pendek ini merevolusi pola konsumsi dan produksi konten digital, khususnya di kalangan Generasi Z. Keberhasilannya bertumpu pada tiga pilar: format video singkat yang menghibur, algoritma rekomendasi "For You Page" (FYP) yang sangat personal dan adiktif, serta ekosistem fitur kreatif yang mendorong partisipasi dengan hambatan rendah (Montag et al., 2021). Karakteristik ini menciptakan pengalaman pengguna yang berbeda secara fundamental.

Berbeda dengan estetika terpoles dan feed yang terkuras rapi di Instagram, TikTok justru mengusung nilai autentisitas, spontanitas, dan peluang viral yang demokratis. Logika platform ini secara inheren membangun ekosistem yang subur bagi budaya pencarian perhatian (attention-seeking) dan pamer diri (self-display). Setiap pengguna didorong untuk tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga produsen konten yang berpotensi menjadi bintang dalam semalam (micro-celebrity) (Abidin, 2020). Melalui platform berbasis video seperti TikTok, mahasiswa dapat menampilkan berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari aktivitas sehari-hari, prestasi, hingga pencapaian pribadi. Mekanisme inilah yang mendasari kekhawatiran para ahli mengenai dampak psikososial TikTok, terutama potensinya dalam memperkuat sifat-sifat kepribadian yang berpusat pada diri sendiri, seperti narsisme.

Panek et al. (2013) menyatakan semakin sering seseorang menggunakan media sosial untuk membagikan foto atau video dirinya, semakin tinggi pula skor narsisme yang dimilikinya. Hal ini dikarenakan media sosial memberikan ruang bagi individu untuk mendapatkan validasi sosial melalui jumlah likes, followers, dan komentar yang diterima. Semakin tinggi interaksi sosial yang diperoleh, semakin besar pula perasaan harga diri semu yang terbentuk. Temuan ini memberikan dasar empiris yang kuat untuk menduga bahwa TikTok, dengan desain yang bahkan lebih mendorong eksibisionisme dan validasi instan, mungkin memiliki hubungan yang lebih erat dengan manifestasi narsisme.

Kehadiran TikTok sebagai salah satu platform media sosial dengan pengguna aktif yang sangat besar di Indonesia menjadi fenomena tersendiri. Berdasarkan data yang tercantum di PlayStore, aplikasi TikTok telah diunduh lebih dari 100 juta kali dan memperoleh penilaian pengguna yang sangat tinggi, dengan skor ulasan tertinggi mencapai 5,0 dan terendah sebesar 4,4 (Mahardhika et al., 2021). Saat ini, TikTok adalah media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Menurut DataReportal (2025), TikTok memiliki sekitar 180 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada akhir tahun 2025, berdasarkan data jangkauan audiens iklan platform, yang menunjukkan tingginya tingkat adopsi TikTok di kalangan populasi dewasa hingga mahasiswa di Indonesia.

Hal tersebut didukung dalam penelitian Astuti dan Andrini (2021) 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. 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). Penggunaan aplikasi Tiktok yang sering atau terus menerus akan menyebabkan intensitas penggunaan.

Intensitas penggunaan adalah suatu aktivitas individu yang dilakukan secara berulang-ulang dengan melibatkan perasaan di dalamnya (Yanica, 2019) ataupun didasarkan rasa senang terhadap kegiatan yang dilakukan (Rahmania & Yuniar, 2012). Peningkatan penggunaan Tiktok semakin bertambah dikarenakan kemudahan akses dan pembuatan video pada aplikasi (Deriyanto & Qorib, 2018). Hal ini beriringan dengan intensitas penggunaan media sosial

sudah meningkat di Indonesia dengan menghabiskan waktu untuk menggunakan atau mengakses media sosial yaitu ≥ 3 jam 18 menit atau ≥ 198 menit setiap hari nya (Mander et al., 2020). Penelitian Mir et al., (2020) mengungkapkan bahwa individu akan mengalami gangguan kesehatan mental jika intensitas penggunaan media sosial ≥ 2 -4 jam perhari. Hal senada juga disampaikan Sampasa-Kanyinga dan Lewis (2015) bahwa individu yang mengakses situs media sosial ≥ 2 jam pada setiap hari akan memiliki resiko yang lebih buruk terhadap kesehatan mental.

Menurut Sari et al. (2023) dampak buruk yang dihasilkan dengan menggunakan tiktok secara intensif ini membuat penggunaanya 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.

Penelitian Akkoz, (2020) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat menyebabkan narsisme di satu sisi, dan narsisme di sisi lain dapat meningkatkan penggunaan media sosial dengan potensi efek timbal balik di antara keduanya. Hal serupa juga didukung dalam penelitian Darwaish dan Nazneen (2022) melakukan survei terhadap 100 mahasiswa dari sebuah lembaga swasta di Midwest. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan perilaku narsistik. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Brailovskaia et al. (2020) terhadap 499 responden menunjukkan korelasi tertinggi antara kecenderungan narsistik dan intensitas penggunaan media sosial. Individu narsistik cenderung menggunakan media sosial secara intensif, dan sebaliknya, tingkat intensitas penggunaan media sosial dapat memengaruhi peningkatan kecenderungan narsistik individu.

Studi di China menunjukkan bahwa narsisme merupakan salah satu prediktor psikologis yang signifikan terhadap keterlibatan pengguna di TikTok. Penelitian oleh Meng dan Leung (2021) menemukan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik cenderung menunjukkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi di platform tersebut, termasuk aktivitas interaksi seperti memberikan komentar, mengikuti akun lain, membagikan ulang konten, serta berpartisipasi aktif dalam berbagai bentuk engagement. Kecenderungan ini berkaitan dengan dorongan untuk memperoleh perhatian dan pengakuan sosial dari pengguna lain, sehingga individu dengan tingkat narsisme yang lebih tinggi lebih aktif dalam menampilkan diri dan berinteraksi di TikTok. Penelitian lain oleh Kircaburun et al. (2020) mengaitkan penggunaan TikTok yang bermasalah dengan narsisme dan harga diri rendah, mengindikasikan pola kompensasi. Survei Populix (2023) juga melaporkan hiburan dan "melihat konten orang lain" sebagai motivasi utama, mencerminkan budaya spectatorship dan social comparison yang kuat.

Fenomena ini juga terlihat pada mahasiswa di berbagai kota besar di Indonesia meskipun penelitian spesifik masih terbatas. Widiyanti & Widyastuti (2022) dalam penelitian mereka tentang hubungan kecenderungan narsisme dan adiksi media sosial di kalangan mahasiswa pengguna Instagram. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Artinya, semakin tinggi kecenderungan narsisme seseorang, semakin tinggi pula kemungkinan individu tersebut mengalami ketergantungan terhadap media sosial. Hasil penelitian serupa juga ditemukan oleh Sari et al. (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan tingkat penggunaan TikTok yang tinggi cenderung menunjukkan perilaku narsistik yang lebih menonjol. Mahasiswa tersebut lebih sering menampilkan diri, memperhatikan respon audiens, serta menjadikan umpan balik digital sebagai tolok ukur penilaian diri. Hal ini memperkuat dugaan bahwa intensitas penggunaan TikTok mempengaruhi penguatan kecenderungan perilaku narsistik.

Sejalan dengan temuan pada mahasiswa diatas, penelitian oleh Mawarni dan Dasalinda (2024) yang dilakukan pada siswa kelas XI juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok berpengaruh terhadap kecenderungan sikap narsisme. Penggunaan TikTok yang tinggi mendorong siswa untuk menampilkan diri secara berlebihan, mencari perhatian, serta mengharapkan pengakuan social melalui like, komentar, dan jumlah penonton. Meskipun subjek penelitian berbeda, baik siswa maupun mahasiswa sama-sama berada pada tahap perkembangan remaja dan dewasa awal yang ditandai dengan pencarian identitas diri dan kebutuhan akan pengakuan sosial.

Fenomena ini juga terlihat di kota Medan, yang dikenal sebagai salah satu kota dengan penetrasi media sosial tertinggi di Pulau Sumatera. Berdasarkan data dari Databoks Katadata yang merangkum publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), Kota Medan memiliki populasi sekitar 2,54 juta jiwa pada tahun 2024, dengan proporsi penduduk usia produktif (15–59 tahun) mencapai sekitar 66,86 % atau sekitar 1,7 juta orang (Databoks Katadata, 2025). Secara regional, pulau Sumatera Utara memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 77,34% dengan kontribusi 20,69% terhadap total pengguna internet nasional (Databoks Katadata, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al. (2024) di Kota Medan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berbasis visual berhubungan dengan meningkatnya kebutuhan akan pengakuan dan pencitraan diri pada mahasiswa. Temuan ini menjadi relevan mengingat Kota Medan merupakan salah satu kota besar dengan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi serta keberagaman latar belakang sosial mahasiswa sekaligus menjadi lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Tingginya penetrasi media sosial di kalangan perguruan tinggi di Medan memberikan konteks ideal untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara penggunaan media sosial dan kecenderungan narsistik, kajian yang secara khusus menelaah pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa masih terbatas, terutama dalam konteks lokal Kota Medan. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada hubungan korelasional atau dilakukan pada platform media sosial lain serta pada subjek remaja, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan dinamika perilaku narsistik pada mahasiswa sebagai individu yang berada pada tahap perkembangan dewasa awal. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian empiris dan memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh intensitas penggunaan TikTok dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa di Kota Medan karena untuk memahami bagaimana pengaruh keterlibatan dalam media sosial modern termasuk aplikasi TikTok dapat membentuk perilaku dan kepribadian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian psikologi sosial serta menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap dampak penggunaan media sosial terhadap perkembangan kepribadian.

METODE

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa di Kota Medan. Penelitian ini dilaksanakan secara sistematis dan terorganisir untuk memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian sebagai upaya pemecahan fenomena yang telah ditetapkan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini berfokus pada pengukuran variabel secara objektif serta pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian kuantitatif berlandaskan pada prinsip empirisme, di mana data dikumpulkan dari populasi atau sampel tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti dan dianalisis menggunakan prosedur

statistik. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2013) yang menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis berdasarkan data empiris yang diperoleh melalui instrumen penelitian yang terstandar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana diperoleh nilai F sebesar 4,796 dengan nilai signifikansi 0,029 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa di kota Medan. Namun demikian, besarnya pengaruh tersebut tergolong sangat kecil, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,014. Hal ini berarti intensitas penggunaan TikTok hanya mampu menjelaskan 1,4% variasi kecenderungan narsistik, sedangkan sebagian besar variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian seperti harga diri, konsep diri, penerimaan diri, kebutuhan akan pengakuan, maupun lingkungan sosial. Oleh karena itu, intensitas penggunaan TikTok tidak dapat dianggap sebagai prediktor utama kecenderungan narsistik pada responden penelitian.

Berdasarkan nilai koefisien ($B = -0,082$), maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, semakin rendah kecenderungan narsistik responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan TikTok tidak selalu berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan narsistik. TikTok juga dapat dimanfaatkan sebagai media hiburan, edukasi, pencarian informasi, maupun pengembangan kreativitas sehingga penggunaan yang tinggi belum tentu bertujuan untuk mencari validasi diri atau menunjukkan superioritas.

Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menyatakan adanya pengaruh positif antara intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik. Penelitian Sari et al. (2023) yang menemukan adanya hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan kecenderungan perilaku narsistik pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku narsistik. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan arah hubungan yang negatif dengan ukuran efek yang jauh lebih kecil. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan kecenderungan narsistik tidak selalu konsisten pada setiap populasi. Perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik populasi yang diteliti. Penelitian ini melibatkan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Medan, sedangkan Sari et al. (2023) hanya melibatkan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo. Perbedaan latar belakang responden memungkinkan adanya variasi dalam pola penggunaan TikTok maupun karakteristik psikologis yang berkaitan dengan kecenderungan narsistik.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik, sedangkan Sari et al. (2023) menggunakan korelasi Product Moment untuk menguji hubungan antarvariabel. Perbedaan tujuan analisis tersebut menyebabkan interpretasi hasil penelitian juga berbeda, karena analisis regresi berfokus pada kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan analisis korelasi hanya menunjukkan keeratan hubungan antarvariabel.

Perbedaan alat ukur juga dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan adaptasi Narcissistic Personality Inventory (NPI) berdasarkan aspek yang dikembangkan oleh Raskin dan Terry (1988), sedangkan Sari et al. (2023) menggunakan instrumen narsistik yang dikembangkan berdasarkan aspek-aspek yang dijelaskan oleh Nurdiana (2018). Perbedaan proses pengembangan instrumen memungkinkan

adanya variasi pada aspek psikologis yang diukur sehingga menghasilkan temuan yang berbeda.

Dengan mempertimbangkan perbedaan arah hubungan, ukuran efek, populasi, alat ukur, dan desain penelitian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan kecenderungan narsistik dipengaruhi oleh berbagai faktor. Nilai R^2 yang sangat kecil menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok hanya memiliki kontribusi yang terbatas terhadap kecenderungan narsistik. Oleh karena itu, faktor lain seperti motif penggunaan TikTok, jenis aktivitas dalam aplikasi, harga diri, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta karakteristik kepribadian diduga memiliki peran yang lebih besar dalam menjelaskan kecenderungan narsistik.

Menurut Buffardi dan Campbell (2008), individu dengan kecenderungan narsistik cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh perhatian, kekaguman, dan pengakuan dari orang lain. Sementara itu, menurut American Psychiatric Association (2022), narsisme ditandai dengan rasa penting diri yang berlebihan, kebutuhan untuk dikagumi, serta kurangnya empati terhadap orang lain. Dengan demikian, penggunaan media sosial hanyalah salah satu sarana yang dapat digunakan individu dengan kecenderungan narsistik, bukan satu-satunya penyebab munculnya sifat tersebut.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, mayoritas responden memiliki intensitas penggunaan TikTok yang berada pada kategori sedang hingga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari responden sebagai media hiburan, komunikasi, pencarian informasi, dan pembuatan konten. Tingginya intensitas penggunaan TikTok sejalan dengan karakteristik dewasa awal yang sangat aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sosial dan pengembangan diri.

Sementara itu, kecenderungan narsistik responden secara umum berada pada kategori rendah hingga sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki beberapa karakteristik narsistik, namun belum menunjukkan kecenderungan yang berlebihan. Individu masih memiliki kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan, tetapi kebutuhan tersebut masih berada pada taraf yang wajar.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, aspek intensitas penggunaan TikTok menunjukkan bahwa aspek durasi menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang hingga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menghabiskan waktu yang relatif cukup lama dalam menggunakan TikTok setiap harinya. Menurut Horrigan (2002), durasi penggunaan media sosial merupakan lamanya waktu yang dihabiskan individu saat mengakses media dalam setiap penggunaan. Penelitian Montag, Yang, dan Elhai (2021) menjelaskan bahwa TikTok dirancang dengan sistem infinite scrolling sehingga mendorong pengguna untuk terus menonton video dalam waktu yang lebih lama dibandingkan platform media sosial lainnya.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menghabiskan waktu yang relatif lama dalam menggunakan TikTok setiap harinya. Lamanya durasi penggunaan menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan sesekali, tetapi telah menjadi media yang digunakan secara rutin untuk memenuhi kebutuhan hiburan, memperoleh informasi, mengurangi kejenuhan, serta mengikuti berbagai konten yang sedang populer.

Menurut Ellison, Steinfield, dan Lampe (2007), duration merupakan indikator intensitas penggunaan media sosial yang menggambarkan lamanya waktu yang dihabiskan individu ketika menggunakan suatu media sosial. Semakin lama waktu yang dihabiskan, semakin tinggi tingkat keterlibatan individu terhadap media tersebut. Hasil penelitian ini didukung oleh Ramsden dan Talbot (2024) yang menjelaskan bahwa mahasiswa menggunakan TikTok dalam durasi yang cukup panjang karena platform tersebut menjadi sarana hiburan, relaksasi, dan dukungan terhadap kesejahteraan psikologis di tengah tuntutan akademik. Penelitian Yang dkk. (2024) juga menemukan bahwa penggunaan aplikasi video pendek seperti TikTok dalam durasi yang lama dapat menyebabkan pengguna merasa waktu berlalu lebih cepat (time distortion),

sehingga tanpa disadari mereka menghabiskan waktu lebih lama saat menggunakan aplikasi tersebut.

Sementara itu, aspek frekuensi juga menunjukkan kategori sedang hingga tinggi. Artinya, responden cukup sering membuka aplikasi TikTok dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Horrigan (2002), frekuensi penggunaan media sosial menunjukkan seberapa sering individu mengakses media dalam periode tertentu. Semakin tinggi frekuensi penggunaan, semakin besar keterlibatan individu terhadap media tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki frekuensi penggunaan TikTok yang tinggi, sehingga aplikasi tersebut telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Tingginya frekuensi penggunaan mengindikasikan bahwa responden mengakses TikTok berkali-kali dalam satu hari untuk berbagai tujuan, seperti mencari hiburan, memperoleh informasi, mengikuti tren, maupun berinteraksi dengan konten yang sesuai dengan minat mereka.

Menurut Horrigan (2002), frequency merupakan salah satu indikator intensitas penggunaan media yang menggambarkan seberapa sering seseorang mengakses suatu media dalam periode tertentu. Semakin tinggi frekuensi penggunaan, semakin tinggi pula tingkat keterlibatan individu terhadap media tersebut. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Miedzobrodzka, Du, dan Van Koningsbruggen (2024) yang menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan TikTok merupakan salah satu bentuk keterlibatan pengguna terhadap platform, meskipun dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis lebih dipengaruhi oleh kemampuan mengendalikan penggunaan dibandingkan oleh frekuensi penggunaan itu sendiri.

Secara keseluruhan, hasil deskriptif menunjukkan bahwa aspek frekuensi dan durasi sama-sama didominasi oleh kategori sedang hingga tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden tidak hanya sering mengakses TikTok, tetapi juga menghabiskan waktu yang relatif lama ketika menggunakan aplikasi tersebut. Kondisi ini memperlihatkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media sosial yang terintegrasi dalam aktivitas digital mahasiswa. Meskipun demikian, berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini, tingginya frekuensi dan durasi penggunaan TikTok tidak serta-merta diikuti oleh tingginya kecenderungan narsistik. Hal tersebut terlihat dari kontribusi intensitas penggunaan TikTok yang hanya sebesar 1,4% terhadap kecenderungan narsistik, sehingga masih terdapat berbagai faktor psikologis dan sosial lain yang turut memengaruhi munculnya kecenderungan narsistik pada individu.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, sebagian besar aspek kecenderungan narsistik pada responden berada pada kategori rendah hingga sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum responden tidak memperlihatkan karakteristik narsistik yang menonjol pada sebagian besar aspek kepribadian yang diukur.

Pada aspek authority, mayoritas responden berada pada kategori rendah hingga sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan terhadap kemampuan memimpin atau memengaruhi orang lain dalam taraf yang wajar dan tidak disertai kebutuhan untuk selalu mendominasi lingkungan sosial. Menurut Raskin dan Terry (1988), aspek authority menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan memimpin serta memengaruhi orang lain. Oleh karena itu, dominasi kategori rendah hingga sedang mengindikasikan bahwa responden cenderung memiliki rasa percaya diri yang proporsional tanpa menunjukkan kecenderungan otoritatif yang berlebihan.

Pada aspek self-sufficiency, mayoritas responden berada pada kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kemandirian yang cukup baik dalam menyelesaikan tugas maupun menghadapi berbagai situasi tanpa terlalu bergantung pada orang lain. Menurut Emmons (1987), self-sufficiency berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya sendiri. Dominasi kategori sedang mengindikasikan bahwa responden memiliki rasa percaya diri terhadap kemampuannya, namun tetap menyadari bahwa dalam kondisi tertentu mereka masih memerlukan bantuan atau kerja sama dengan orang lain.

Pada aspek superiority, sebagian besar responden berada pada kategori rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa responden umumnya tidak memiliki kecenderungan untuk memandangi dirinya lebih unggul dibandingkan orang lain. Menurut Raskin dan Terry (1988), aspek superiority mencerminkan keyakinan bahwa diri sendiri lebih baik dibandingkan orang lain. Dominasi kategori rendah menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki penilaian diri yang lebih realistis dan tidak berlebihan dalam membandingkan dirinya dengan orang lain.

Pada aspek exhibitionism, mayoritas responden juga berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak memiliki kecenderungan yang tinggi untuk menjadi pusat perhatian atau menampilkan diri secara berlebihan di hadapan orang lain. Campbell dan Foster (2007) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat exhibitionism yang tinggi cenderung menampilkan aktivitas atau pencapaiannya secara berlebihan untuk memperoleh perhatian dan pengakuan sosial. Oleh karena itu, dominasi kategori rendah mengindikasikan bahwa kebutuhan responden untuk mencari perhatian melalui penampilan diri relatif rendah.

Berbeda dengan aspek-aspek sebelumnya, aspek exploitativeness didominasi oleh kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa dibandingkan aspek narsistik lainnya, kecenderungan responden untuk memanfaatkan orang lain demi mencapai tujuan pribadi relatif lebih menonjol. Menurut Emmons (1987), aspek exploitativeness menggambarkan kecenderungan individu menggunakan atau memanfaatkan orang lain sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan pribadi. Meskipun demikian, hasil ini tidak serta-merta menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki perilaku eksploitatif yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari, melainkan menunjukkan bahwa aspek tersebut memperoleh skor relatif lebih tinggi dibandingkan aspek narsistik lainnya pada penelitian ini.

Pada aspek entitlement, mayoritas responden berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak memiliki keyakinan bahwa dirinya berhak memperoleh perlakuan istimewa atau hak khusus dibandingkan orang lain. Menurut American Psychiatric Association (2022), individu dengan tingkat entitlement yang tinggi cenderung memiliki harapan yang berlebihan terhadap perlakuan khusus dari lingkungan. Dengan demikian, dominasi kategori rendah mengindikasikan bahwa responden cenderung memiliki harapan yang lebih realistis terhadap perlakuan yang diterimanya.

Sementara itu, aspek vanity didominasi oleh kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki perhatian terhadap penampilan fisik dan citra diri dalam tingkat yang wajar, namun tidak menunjukkan kecenderungan yang berlebihan untuk memperoleh pujian atas penampilannya. Menurut Raskin dan Terry (1988), vanity berkaitan dengan perhatian individu terhadap daya tarik fisik serta keinginan untuk dikagumi karena penampilannya. Dominasi kategori sedang menunjukkan bahwa perhatian terhadap penampilan merupakan hal yang masih wajar pada responden, terutama sebagai bagian dari interaksi sosial sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kecenderungan narsistik pada responden lebih banyak berada pada kategori rendah hingga sedang pada sebagian besar aspek. Temuan ini mengindikasikan bahwa karakteristik narsistik pada responden secara umum tidak tergolong tinggi. Meskipun demikian, aspek exploitativeness memperoleh kategori tinggi yang paling dominan dibandingkan aspek lainnya, sehingga menunjukkan adanya kecenderungan yang relatif lebih menonjol pada aspek tersebut. Namun, mengingat hasil penelitian ini bersifat deskriptif, temuan tersebut tidak dapat diartikan sebagai indikasi klinis, melainkan hanya menggambarkan kecenderungan skor responden berdasarkan aspek-aspek narsistik yang diukur dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil deskriptif, sebagian besar responden memiliki intensitas penggunaan TikTok pada kategori sedang hingga tinggi, sedangkan kecenderungan narsistik berada pada

kategori rendah hingga sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa tingginya penggunaan TikTok tidak selalu diikuti oleh tingginya kecenderungan narsistik. Dengan kata lain, penggunaan TikTok oleh responden lebih banyak dimanfaatkan sebagai media hiburan, pencarian informasi, dan interaksi sosial dibandingkan sebagai sarana memperoleh pengakuan atau validasi diri

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 22 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori dewasa awal. Menurut Santrock (2019), masa dewasa awal berada pada rentang usia 18–25 tahun, yaitu fase ketika individu aktif mengeksplorasi identitas, membangun relasi sosial, serta memiliki intensitas penggunaan teknologi dan media sosial yang tinggi. Oleh karena itu, kelompok usia ini merupakan pengguna aktif TikTok karena media sosial menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Temuan ini didukung oleh penelitian Ramsden dan Talbot (2024) juga menyatakan bahwa mahasiswa usia dewasa awal menggunakan TikTok untuk memperoleh hiburan, mengurangi stres akademik, serta membangun interaksi sosial.

Berdasarkan hasil deskriptif, responden penelitian didominasi oleh perempuan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menggunakan TikTok dibandingkan laki-laki pada penelitian ini. Menurut Papalia, Feldman, dan Martorell (2021), perempuan cenderung lebih aktif membangun hubungan interpersonal dan mengekspresikan diri melalui media sosial dibandingkan laki-laki. Hal tersebut menyebabkan perempuan lebih sering menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi maupun hiburan. Perempuan lebih banyak mengakses konten hiburan, gaya hidup, kecantikan, dan edukasi sehingga memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dalam penggunaan TikTok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai universitas di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok telah menjadi fenomena yang merata pada kalangan mahasiswa tanpa terbatas pada universitas tertentu. Menurut Arnett (2015), mahasiswa merupakan kelompok yang sedang berada pada tahap *emerging adulthood*, yaitu masa eksplorasi identitas dan hubungan sosial sehingga media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam memperoleh informasi dan berinteraksi. Penelitian Viabela, Sujoko, dan Prianti (2025) juga menunjukkan bahwa mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi menggunakan TikTok dengan motif yang beragam, seperti hiburan, mencari informasi, interaksi sosial, *self-expression*, dan *escapism*.

Berdasarkan hasil deskriptif, responden berasal dari berbagai fakultas dengan jumlah yang bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya ditemukan pada mahasiswa dari bidang ilmu tertentu, tetapi telah digunakan secara luas oleh mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan platform yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, dan bertukar informasi tanpa dibatasi oleh latar belakang pendidikan maupun profesi. Penelitian Viabela dkk. (2025) juga menemukan bahwa mahasiswa dari berbagai fakultas memiliki motif penggunaan TikTok yang relatif sama, yaitu untuk memperoleh hiburan, mencari informasi, dan mengekspresikan diri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai angkatan (stambuk), dengan jumlah terbanyak berasal dari angkatan yang paling aktif mengikuti perkuliahan. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok digunakan oleh mahasiswa dari berbagai tingkat pendidikan. Menurut Santrock (2019), mahasiswa pada setiap tingkat perkuliahan tetap berada pada fase perkembangan dewasa awal yang ditandai dengan tingginya eksplorasi terhadap teknologi digital dan media sosial.

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki durasi penggunaan TikTok sedang hingga tinggi setiap harinya. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh mahasiswa. Menurut Horrigan (2002), durasi penggunaan merupakan salah satu indikator intensitas penggunaan media yang menggambarkan lamanya waktu yang dihabiskan individu dalam menggunakan suatu media.

Semakin lama waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial, semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial tersebut. Oleh karena itu, tingginya durasi penggunaan TikTok pada responden mengindikasikan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Penelitian Ramsden dan Talbot (2024) juga menyatakan bahwa mahasiswa menggunakan TikTok sebagai sarana relaksasi dan pengurangan stres setelah menjalani aktivitas akademik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden melakukan interaksi di TikTok, seperti mengunggah foto atau video, memberikan komentar, maupun memposting ulang konten, sebanyak 6–10 kali dalam satu minggu. Temuan ini menunjukkan bahwa responden cukup aktif berinteraksi melalui berbagai fitur yang tersedia di TikTok. Namun, tingginya frekuensi interaksi tersebut tidak serta-merta menunjukkan bahwa responden menggunakan TikTok untuk mencari perhatian atau memperoleh pengakuan sosial.

Aktivitas tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai tujuan, seperti memenuhi tugas akademik, berbagi informasi atau konten edukatif, mengikuti tren, berkomunikasi dengan teman, maupun sekadar mengekspresikan diri dan membagikan pengalaman sehari-hari. Oleh karena itu, frekuensi interaksi yang tinggi lebih mencerminkan tingkat keaktifan responden dalam memanfaatkan fitur-fitur TikTok daripada menunjukkan adanya kecenderungan perilaku narsistik.

Menurut Uses and Gratifications Theory yang dikemukakan Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973), individu menggunakan media sesuai dengan kebutuhan masing-masing, seperti mencari hiburan, informasi, maupun interaksi sosial. Oleh karena itu, tidak semua pengguna media sosial memiliki kebutuhan untuk memproduksi konten. Temuan ini didukung oleh penelitian Viabela dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan TikTok untuk menonton video, memperoleh informasi, dan hiburan, sedangkan hanya sebagian kecil yang aktif mengunggah konten secara rutin.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa penggunaan TikTok tidak selalu berdampak negatif terhadap aspek psikologis. Dampak penggunaan TikTok sangat bergantung pada tujuan penggunaan, jenis konten yang dikonsumsi, serta karakteristik individu.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Pertama, penggunaan teknik purposive sampling membatasi generalisasi hasil penelitian sehingga temuan hanya berlaku pada karakteristik responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kedua, karakteristik responden didominasi oleh mahasiswa berusia 22 tahun, berjenis kelamin perempuan, serta berasal dari beberapa perguruan tinggi tertentu sehingga distribusi responden belum sepenuhnya merata.

Ketiga, data penelitian diperoleh melalui metode self-report menggunakan kuesioner sehingga terdapat kemungkinan munculnya bias subjektivitas maupun social desirability, terutama dalam pengukuran kecenderungan narsistik. Keempat, penelitian ini menggunakan desain potong lintang (cross-sectional), sehingga data hanya dikumpulkan pada satu waktu pengukuran. Oleh karena itu, meskipun analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik, hasil penelitian ini belum dapat membuktikan hubungan sebab-akibat secara pasti karena masih dimungkinkan adanya faktor-faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi kecenderungan narsistik.

Selain itu, instrumen Narcissistic Personality Inventory (NPI) yang digunakan merupakan hasil adaptasi sehingga masih memiliki keterbatasan dalam menggambarkan karakteristik narsistik secara menyeluruh. Terakhir, nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,014$) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok hanya menjelaskan sebagian kecil variasi kecenderungan narsistik, sehingga masih banyak faktor lain yang belum diteliti dan berpotensi memengaruhi kecenderungan narsistik.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, intensitas penggunaan TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan narsistik pada mahasiswa. Namun, besarnya pengaruh yang diberikan relatif kecil, yaitu sebesar 1,4% sehingga masih terdapat 98,6% faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi kecenderungan narsistik.

Arah koefisien regresi yang bernilai negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, semakin rendah kecenderungan narsistik responden. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan TikTok tidak selalu meningkatkan kecenderungan narsistik, tetapi bergantung pada tujuan dan cara individu memanfaatkan media sosial tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki intensitas penggunaan TikTok pada kategori sedang hingga tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari mahasiswa, baik sebagai media hiburan, pencarian informasi, komunikasi, maupun pengembangan kreativitas.

Kecenderungan narsistik responden secara umum berada pada kategori rendah hingga sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki karakteristik narsistik dalam batas yang wajar dan belum mengarah pada perilaku narsistik yang berlebihan.

Pada variabel intensitas penggunaan TikTok, aspek frekuensi dan durasi berada pada kategori sedang hingga tinggi. Pada variabel intensitas penggunaan TikTok, aspek frekuensi dan durasi berada pada kategori sedang hingga tinggi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat keterlibatan yang cukup tinggi dalam menggunakan TikTok, baik ditinjau dari seberapa sering maupun lamanya waktu yang dihabiskan untuk mengakses aplikasi tersebut.

Pada variabel kecenderungan narsistik, aspek authority, self-sufficiency, superiority, exhibitionism, entitlement dan vanity berada pada kategori rendah hingga sedang. Sementara itu, aspek exploitativeness berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki kemampuan untuk menghargai diri sendiri dan berinteraksi dengan orang lain secara wajar, tanpa menunjukkan karakteristik narsistik yang menonjol pada sebagian besar aspek. Namun, terdapat kecenderungan yang lebih tinggi pada aspek memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu dibandingkan aspek narsistik lainnya.

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berusia 22 tahun dan termasuk dalam kelompok dewasa awal, didominasi oleh perempuan, berasal dari berbagai universitas, fakultas, dan angkatan di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok telah menjadi fenomena yang umum di kalangan mahasiswa tanpa dibatasi oleh latar belakang pendidikan tertentu.

Mayoritas responden memiliki durasi penggunaan TikTok yang tinggi setiap harinya, namun sebagian besar lebih berperan sebagai penonton (viewer) dibandingkan sebagai pembuat konten (content creator). Hal ini menunjukkan bahwa TikTok lebih banyak dimanfaatkan sebagai media untuk mengonsumsi informasi dan hiburan daripada sebagai sarana menampilkan diri.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan TikTok tidak selalu diikuti oleh tingginya kecenderungan narsistik. Kecenderungan narsistik dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial lainnya, sehingga penggunaan TikTok hanya merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap munculnya kecenderungan tersebut.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan TikTok tidak dapat secara langsung dipandang sebagai penyebab munculnya kecenderungan narsistik. Dampak penggunaan TikTok sangat bergantung pada tujuan penggunaan, jenis konten yang dikonsumsi, serta karakteristik psikologis masing-masing individu. Oleh karena itu, penggunaan TikTok

secara bijak dan produktif dapat memberikan manfaat sebagai media hiburan, edukasi, dan pengembangan diri tanpa harus meningkatkan kecenderungan narsistik.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan TikTok secara bijaksana dengan lebih mengutamakan penggunaan untuk memperoleh informasi, meningkatkan pengetahuan, mengembangkan kreativitas, serta membangun keterampilan positif. Selain itu, mahasiswa perlu memiliki kemampuan dalam mengelola penggunaan media sosial agar tidak menjadikan TikTok sebagai sarana untuk mencari pengakuan atau validasi dari orang lain. Dengan penggunaan yang sehat dan terarah, media sosial dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pengembangan diri.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi diharapkan dapat mendukung penelitian lanjutan mengenai penggunaan media sosial dan faktor-faktor psikologis yang berkaitan dengan mahasiswa. Dukungan tersebut dapat berupa penyediaan kesempatan penelitian, edukasi mengenai literasi digital, serta penguatan kemampuan mahasiswa dalam menggunakan media sosial secara bertanggung jawab. Mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan narsistik relatif kecil, perguruan tinggi juga perlu memperhatikan faktor-faktor psikologis dan sosial lain yang berpotensi memengaruhi perkembangan mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan teknik probability sampling, seperti stratified random sampling, agar sampel yang diperoleh lebih representatif sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Selain itu, penelitian selanjutnya perlu melibatkan responden dari berbagai perguruan tinggi dengan proporsi yang lebih seimbang sehingga dapat menggambarkan karakteristik mahasiswa secara lebih luas.

Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengkaji variabel lain yang diduga memiliki pengaruh lebih besar terhadap kecenderungan narsistik, mengingat penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok hanya menjelaskan 1,4% variasi kecenderungan narsistik. Variabel tersebut antara lain motif penggunaan TikTok, jenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2020). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Akkoz, M. (2020). The relationship between social media use and narcissism. *Demiroglu Science University Florence Nightingale Transplantation Journal*, 5(1–2), 32–38. <https://doi.org/10.5606/dsufnjt.2020.014>
- Aldila Safitri, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed., text rev.; DSM-5-TR). American Psychiatric Association Publishing.
- Apsari, F. (2012). Hubungan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing pada pria metroseksual. *Jurnal Talenta Psikologi*, 1(2), 183–202.
- Arnett, J. J. (2015). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Astuti, E., & Andriani, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi

- Remaja. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 134–142.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan skala psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Brailovskaia, J., Bierhoff, H. W., Rohmann, E., Raeder, F., & Margraf, J. (2020). The relationship between narcissism, intensity of Facebook use, Facebook flow and Facebook addiction. *Addictive Behaviors Reports*, 11(February). <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100265>
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Chaplin, J. P. (2009). *Kamus lengkap psikologi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Clarke, I. E., Karlov, L., & Neale, N. J. (2015). The many faces of narcissism: Narcissism factors and their predictive utility. *Personality and Individual Differences*, 81, 90–95. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.11.021>
- Campbell, W. K., & Foster, J. D. (2007). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. Dalam C. Sedikides & S. Spencer (Eds.), *The self* (hlm. 115–138). Psychology Press.
- Casale, S., & Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic review. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100252.
- Databoks Katadata. (2024). *Penetrasi internet Indonesia 2024*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Databoks Katadata. (2025). *Tingkat penetrasi internet Indonesia capai 80% pada 2025*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/689438c946bef/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-80-pada-2025>
- Databoks Katadata. (2025). *Jumlah penduduk Kota Medan 2,54 juta jiwa (data per 2024)*. <https://databoks.katadata.co.id/index.php/demografi/statistik/e629fcb582fa0dd/jumlah-penduduk-kota-medan-2-54-juta-jiwa-data-per-2024>
- Darwaish, S., & Nazneen, L. (2022). Impact of Tiktok Use on Narcissistic Personality Traits Among Youth in Peshawar, Pakistan. *International Journal of Psychological and Behavioural Research (Ijpbbr)*, 2(1), 59–75. <https://doi.org/10.37605/ijpbbr.v2i1.14>
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Pengertian Purposive Sampling Menurut Sugiyono. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2), 77. www.publikasi.unitri.ac.id
- Durand, V. M., & Barlow, D. H. (2007). *Psikologi abnormal* (Jilid 1). Pustaka Pelajar.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Emmons, R. A. (1987). Narcissism: Theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 11–17.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gnambs, 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>
- Hidayat, F. P., Zulfahmi, Z., & Nasution, R. (2024). Exploring the Impact of Social Media on Narcissistic Behavior Among Students in Medan City. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 48–55. <https://doi.org/10.12928/channel.v12i1.480>
- Horriggan, J. B. (2002). New internet users: What they do online, what they don't, and implications for the net's future. *Pew Internet & American Life Project*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Keith Campbell, W., & Foster, J. D. (2011). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. *The Self*, 9780203818(1898), 115–138. <https://doi.org/10.4324/9780203818572>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and Gratifications of

- Problematic Social Media Use Among University Students: a Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525–547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Konrath, S. H. (2007). *Egos inflating over time: Rising narcissism and its implications for self-construal, cognitive style, and behavior*. University of Michigan.
- Li, S., & Wang, Y. (2025). Relationship between Dark Personality Traits and TikTok Addiction among Chinese College Students: The Mediating Role of Social Ostracism. *International Journal of Mental Health Promotion*, 27(9), 1335–1351. <https://doi.org/10.32604/ijmhp.2025.067246>
- Mahardhika, S. V., Nurjannah, I., Ma'una, I. I., & Islamiyah, Z. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Di Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok. *SOSEARCH: Social Science Educational Research*, 2(1), 40–53. <https://doi.org/10.26740/sosearch.v2n1.p40-53>
- Mander, J., Buckle, C., & Moran, S. (2020). Social flagship report on the latest trends in social media. <https://www.globalwebindex.com>
- Manning, J. (2014). *Social Media, Definition and Classes of* (pp. 1158–1162). SAGE Publications.
- Mawarni, N., & Dasalinda, D. (2024). Pengaruh Intensitas Media Sosial Tiktok dengan Sikap Narsisme pada Siswa Kelas XI. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(8), 8131–8135. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i8.4935>
- Meng, K. S., & Leung, L. (2021). Factors influencing TikTok engagement behaviors in China: An examination of gratifications sought, narcissism, and the Big Five personality traits. *Telecommunications Policy*, 45(7). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102172>
- Mir, E., Novas, C., & Seymour, M. (2020). Social media and adolescents' and young adults' mental health. <https://www.center4research.org/social-media-affects-mental-health/>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9(March), 1–6. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- 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>
- Nazir, Q., Batool, A., Zahra, G. E., Ansar, D. M., Ali, G., Nosheen, & Saba. (2022). Unveiling the Tiktok Persona: Exploring Narcissism, Self-Presentation, and Personality Traits Among Users. *Journal of Population Therapeutics & Clinical Pharmacology*, 29(4), 4317–4325. <https://doi.org/10.53555/mhpysr73>
- Nurohman, D. A. (2021). *KONTEN KREATOR: Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktok*.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137.
- Panek, E. T., Nardis, Y., & Konrath, S. (2013). Defining social networking sites and measuring their use: How narcissists differ in their use of Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 2004–2012. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.04.012>
- Papalia, D. E., Feldman, R. D., & Martorell, G. (2021). *Experience human development* (15th ed.). McGraw-Hill.
- Perdini, T. A., & Hutahae, E. S. H. (2021). Youth virtue self-esteem and positive presentation in social media Instagram. In *Proceedings of the 2nd Borobudur International Symposium on Humanities and Social Sciences*, 248–255.
- Populix. (2023). *Omnichannel digital consumption report 2023*. <https://www.populix.co>
- Putri, L. H., & Isrofins, B. (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, S., Suardja, S., Zainuri, I., & Pajariant, H. (2023). *Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok*

- Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsistik. *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, 8(1), 1–7. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/48071>
- Rahayu, S., & Hamidah, T. (2022). The Correlation Between Narcissistic Tendency and Subjective Well Being with the Intensity of TikTok Social Media Use on Adolescents. *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 655(Ticash 2021), 1755–1761. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.285>
- Rahmania, P. N., & Yuniar, I. C. (2012). Hubungan antara self-esteem dengan kecenderungan body dysmorphic disorder pada remaja putri. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 1(2), 110–117.
- Rahmawati, L., & Warastri, A. (n.d.). HUBUNGAN INTENSI PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK DENGAN PERILAKU NARSISME MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *PSYCHE : Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Lampung*.
- Ramsden, K., & Talbot, C. (2024). TikTok use among university students: Entertainment, stress relief, and social interaction.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent Use of Social Networking Sites is Associated with Poor Psychological Functioning among Children and Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 380–385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0055>
- Santrock, J. W. (2002). World development: an introduction. In *Choice Reviews Online* (Vol. 39, Issue 07). <https://doi.org/10.5860/choice.39-4098>
- Santrock, J. W. (2019). *Life-span development* (17th ed).
- Sari, N. J. (2021). Hubungan Intensitas Penggunaan Mediaisosal Terhadap Kecenderungan Narsisme pada Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 11445–114450. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2649>
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, & D KUALITATIF DAN R & D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sundoro, A. R., Trisnani, R. P., & Christiana, R. (2022). Kecenderungan narsistik mahasiswa dalam menggunakan media sosial instagram ditinjau dari jenis kelamin. In *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling*, 6(1), 53–58.
- Twenge, J. M., Konrath, S., Foster, J. D., Campbell, W. K., & Bushman, B. J. (2008). Egos inflating over time: A cross-temporal meta-analysis of the narcissistic personality inventory. *Journal of Personality*, 76(4), 875–902. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2008.00507.x>
- Viabela, G., Sujoko, A., & Prianti, D. D. (2025). Peeking into other life: TikTok motives of Malang's university students. *Jurnal Nomosleca*, 11(1), 69–79. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v11i1.14970>
- Wade, C., & Travis, C. (2007). *Psikologi* (Edisi Kesembilan. Jilid 2). Jakarta: Erlangga. Terjemahan dari Padang Mursalin dan Dinastuti.
- We Are Social, & Hootsuite. (2025). *Digital 2025 global overview report*. <https://wearesocial.com/us/blog/2025/01/digital-2025/>
- We Are Social, Meltwater, & DataReportal. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Weismüller, H., Görlitz, R. A., & Stollberg, J. (2022). Social media use and narcissistic traits: A systematic review. *Current Psychology*.
- Widiyanti, W., & Widyastuti. (2022). HUBUNGAN ANTARA KECENDERUNGAN NARSISTIK DENGAN ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO.
- Yanica, A. (2019). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan komunikasi interpersonal pada remaja. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(3).