

## Hubungan Jenis Kelamin Dan Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Narsistik Remaja

Oleh: Oca Salsa Kasalina<sup>1</sup>, Nanang Martono<sup>2</sup>, Tri Rini Widyastuti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sosiologi Universitas Jenderal Soedirman

[oca.kasalina@mhs.unsoed.ac.id](mailto:oca.kasalina@mhs.unsoed.ac.id), [nanang.martono@unsoed.ac.id](mailto:nanang.martono@unsoed.ac.id), [tri.widyastuti@unsoed.ac.id](mailto:tri.widyastuti@unsoed.ac.id)

### **Abstract**

*This study aims to explain the relationship between sex and social media use on narcissistic behavior of high school adolescents in Banyumas. The study used a survey method conducted at SMAN 1 Ajibarang, Banyumas, Central Java. The total population of the school is 1,217 students. The sample is taken using a simple random sample method; The number of samples is determined by the Slovin formula, so the number of samples is 302 students. The results of this study showed that based on the Chi-Squared test with a significance level (0.05) showed a result of 0.437; This means that  $p (0.437) > sig (0.05)$ . Thus, it can be concluded that gender is not the main factor influencing narcissistic behavior. The second result showed that based on the Tau Kendall Correlation Test showed a positive relationship between the intensity of social media use and adolescent narcissistic behavior ( $p = 0.00 < 0.05$ ). That is, the higher the intensity of adolescents in using social media, the tendency to behave narcissistically also increases. Proper education about the risks and benefits of social media use can also help teens develop healthy use skills and positive behaviors online.*

**Key Word:** *Narsistic, Gender, Social Media, Teen*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menjelaskan hubungan jenis kelamin dan penggunaan media sosial terhadap perilaku narsistik remaja SMA di Banyumas. Penelitian menggunakan metode survei yang dilakukan di SMAN 1 Ajibarang, Banyumas, Jawa Tengah. Populasi adalah seluruh siswa di sekolah tersebut sejumlah 1.217 siswa. Sampel diambil menggunakan metode sampel acak sederhana; jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin, sehingga jumlah sampel adalah 302 siswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji Chi-Kuadrat dengan taraf signifikansi (0,05) menunjukkan hasil sebesar 0,437; artinya  $p (0,437) > sig (0,05)$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin bukanlah faktor utama yang mempengaruhi perilaku narsistik. Hasil kedua menunjukkan bahwa berdasarkan Uji Korelasi Tau Kendall menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku narsistik remaja ( $p = 0,00 < 0,05$ ). Artinya, semakin tinggi intensitas remaja dalam menggunakan media sosial, maka kecenderungan berperilaku narsistik juga semakin meningkat. Edukasi yang tepat tentang risiko dan manfaat penggunaan media sosial juga dapat membantu remaja dalam

mengembangkan keterampilan penggunaan yang sehat dan perilaku yang positif secara online.

**Kata Kunci:** Narsistik, Jenis Kelamin, Media Sosial, Remaja

---

## PENDAHULUAN

Masyarakat postmodern digambarkan Guy Debord sebagai “masyarakat tontonan” (*society of the spectacle*) yang sangat tergila-gila pada pengakuan eksternal (narsistik). Demi memperoleh pengakuan tersebut, orang selalu ingin menjadi “lebih” daripada yang lain, khususnya dalam hal tampilan eksternal. Era masyarakat tontonan ditandai orang berlomba merepresentasikan diri di berbagai media sosial, seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan platform digital lainnya. Seberapa banyak orang menonton dan menyukai menjadi ukuran utama eksistensi dan relasi sosial yang berhasil dibangun (Herza, 2022).

Di era masyarakat tontonan, perilaku narsistik semakin sering dijumpai di masyarakat. Fenomena ini tidak mengenal batasan usia, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua. Menurut Nova & Evi (2021) dan Putri (2022), narsisme merupakan bentuk perilaku seseorang mencintai dirinya secara berlebihan yang didasarkan pada keegoisan dan kesombongan; mereka merasa seolah-olah dirinya yang paling mampu, paling unik atau berbeda dan istimewa dibandingkan orang lain. Menurut Freud (dalam Watis, 2021), seseorang yang memiliki gangguan kepribadian narsis setidaknya memiliki lima dari sembilan ciri-ciri berikut: (1) merasa dirinya paling hebat dengan prestasi dan bakat yang dimiliki; (2) membutuhkan pujian dan pengakuan orang lain; (3) selalu berkhayal tentang kesuksesan, kecantikan, kekuasaan, dan ketenaran; (4) hanya ingin bergaul dengan orang yang berkelas dan berstatus tinggi; (5) selalu ingin dimengerti orang lain; (6) suka memaksakan diri untuk memenuhi keinginan; (7) tidak menghargai perasaan dan kebutuhan orang lain; (8) suka iri hati terhadap kelebihan yang dimiliki orang lain; (9) serta berperilaku sombong, angkuh, dan arogan.

Sebagian orang beranggapan bahwa perilaku narsis merupakan hal yang wajar di masyarakat, padahal perilaku ini dapat menjadi masalah serius karena dapat menimbulkan dampak negatif. Engkus, *et al* (2017) dan Eksanti, *et al* (2020) menyatakan bahwa perilaku narsistik menyebabkan hubungan dengan orang lain kurang harmonis. Selain itu, individu narsistik cenderung memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai ketenaran, selalu asyik dan hanya tertarik dengan kepentingan individu semata (Fatmasari dalam Sakinah, *et al*, 2019). Hasil penelitian Khadijah, *et al* (2022) menunjukkan bahwa perilaku narsistik dapat memicu gangguan mental, kecenderungan antisosial dan gangguan makan karena terobsesi pada bentuk tubuh yang ideal (*anorexia nervosa*). Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa perilaku narsis dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Jenis kelamin menjadi salah satu faktor dominan yang melatarbelakangi perilaku narsistik. Perempuan dianggap lebih narsistik dibandingkan laki-laki dikarenakan perempuan lebih suka berdandan dan menonjolkan dirinya dalam kehidupan nyata maupun media sosial (Freud dalam Putri, 2022). Novi & Eka (2021) juga menyatakan bahwa perempuan lebih narsistik daripada laki-laki karena perempuan cenderung lebih sering mengikuti gaya hidup modern yang mengutamakan diri sendiri untuk selalu tampil cantik agar mendapatkan pujian dari orang lain. Berbeda dengan laki-laki yang cenderung lebih santai dan kurang memedulikan pujian dari orang lain. Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya, studi yang dilakukan selama tiga dekade terhadap 355 hasil penelitian di buletin

psikologi yang dimuat di *Journal of American Psychological Association* menunjukkan bahwa laki-laki lebih banyak berkepribadian narsistik dibanding perempuan, terlepas dari generasi dan usia mereka. Para peneliti fokus pada tiga aspek narsisme, yakni hak, kepemimpinan, dan eksibionisme (*Detik-Health*, 2015).

Data per Januari 2023 (Mukhtar, 2023) menunjukkan bahwa ada sebanyak 167 juta orang di Indonesia yang aktif menggunakan media sosial, seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, Twitter, dan aplikasi lainnya. Jumlah tersebut setara dengan 78% dari seluruh pengguna internet di Indonesia. Pengguna media sosial di Indonesia juga didominasi remaja dengan rentang usia 13-24 tahun, yakni sebanyak 38,8% (Yonathan, 2023).

Media-media sosial ini menjadi sarana efektif untuk menampilkan keunikan dan keindahan diri kepada khalayak umum. Orang kemudian berlomba-lomba tampil menarik di media sosial. Hal ini bertujuan untuk mengekspresikan dan menunjukkan keberhasilan mereka serta untuk mendapatkan pengakuan berupa respons “*like*” dan komentar positif dari orang lain (Ayu, *et al*, 2020). Pelaku narsis akan merasa senang ketika mendapat banyak respons “*like*” dan komentar positif. Perilaku narsistik yang ditunjukkan banyak orang di media sosial ini akan memotivasi individu melakukan hal yang sama secara berulang-ulang (Nahemia & Laurentus 2017).

Temuan penelitian Engkus, *et al* (2017) menunjukkan bahwa perilaku narsistik di kalangan remaja cenderung tinggi. Remaja masih berada pada fase pencarian identitas diri sehingga mereka cenderung berperilaku berlebihan, seperti mementingkan diri sendiri, merasa berharga, dan butuh untuk dikagumi. Remaja kemudian lebih sering melakukan aktivitas agar mereka dapat menjadi pusat perhatian dengan cara mengunggah foto atau aktivitasnya ke media sosial (Haikal dalam Santi 2017). Demi mendapatkan respons “*like*” dan komentar positif, tak jarang mereka rela melakukan hal-hal yang aneh, konyol, atau membahayakan, bahkan tak jarang berakhir pada kematian. *DetikNews* (Ghani, 2021) mengabarkan, dua remaja laki-laki asal Bandung tewas tenggelam di Curug Rahong, Garut karena terpeleset saat sedang berusaha berswafoto di lokasi tersebut. Kejadian serupa pernah terjadi di Sumatra Utara. *TribunNews* (Kahfi, 2020) memberitakan bahwa dua remaja putri terjatuh ke Sungai Buaya saat sedang berusaha berswafoto di kawasan Pantai Salju, Desa Mabar, Kecamatan Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Akibat insiden itu, keduanya meninggal dunia.

Media sosial tidak hanya menghasilkan respons positif, tetapi juga respons negatif. Tuty, *et al* (2019) menyatakan bahwa media sosial sering kali digunakan untuk mengkritik orang lain jika terdapat foto atau video yang menurut publik kurang sopan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rifqi, *et al* (2020), bahwa pengguna media sosial cenderung melanggar etika bermedia sosial. Salah satunya berkomentar jahat terhadap orang lain, seperti menggunakan kata-kata kasar, melakukan *body shaming*, dan perundungan. Akibatnya banyak individu narsistik yang sakit hati, trauma, bahkan depresi. Fakta tersebut sejalan dengan hasil penelitian psikiater Nova Riyanti Yusuf sebagaimana dilansir *Republika Online* (Rezkisari, 2020) bahwa konten media sosial merupakan faktor terbesar pemicu depresi pada kalangan anak usia remaja.

Teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan masyarakat secara cepat yang tak jarang bersifat disruptif. Temuan Engkus, *et al* (2017) menegaskan bahwa perilaku narsistik cenderung meningkat seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama di kalangan remaja. Perkembangan media sosial yang semakin maju mendorong remaja berperilaku

narsistik karena terobsesi pada penampilan fisik, prestasi akademik maupun non akademik, serta popularitas untuk ditampilkan. Perilaku narsistik selain merugikan diri sendiri juga cenderung mengganggu kenyamanan orang lain. Pemahaman tentang perilaku narsistik, terutama di kalangan remaja yang masih labil, sangat penting untuk mengurangi eksekusi yang ditimbulkannya. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji hubungan jenis kelamin, penggunaan media sosial dengan perilaku narsistik di kalangan remaja.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei. Penelitian survei sering digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu (Jaya, 2021). Penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan di SMAN 1 Ajibarang Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel secara acak, tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.217 siswa. Pengambilan besaran sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat eror 5% yaitu 302 orang.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara menyebarkan *link google form* kepada responden sebagai kuesioner untuk mengukur variabel yang diteliti. Pertanyaan yang diajukan kepada responden melalui *link google form* mengenai identitas diri, intensitas penggunaan media sosial dan persepsi tentang perilaku narsistik. Uji hipotesis menggunakan Chi Kuadrat. Chi Kuadrat dalam penelitian ini digunakan untuk menguji perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan (X1) terhadap perilaku narsis remaja (Y). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan uji asosiatif Korelasi Tau Kendall. Dalam penelitian ini tabel yang dikorelasikan adalah hubungan penggunaan media sosial (X2) terhadap perilaku narsis remaja (Y). Kekuatan hubungan antarvariabel ditunjukkan melalui nilai korelasi.

## **PEMBAHASAN**

Perilaku narsistik saat ini sering terjadi di masyarakat. Perilaku narsistik merupakan sikap atau perilaku yang ditandai oleh cinta berlebihan pada diri sendiri, kecenderungan menjadi pusat perhatian, serta kesulitan dalam mengakui dan menghargai pandangan serta perasaan orang lain. Menurut Sitorus *et al* (2023), perilaku yang cenderung dominan atau berorientasi negatif, di mana seseorang sering mengekspresikan diri secara berlebihan di media sosial dengan tujuan mendapatkan pengakuan dari masyarakat. Indikator perilaku narsistik dalam penelitian ini adalah: (1) persepsi individu tentang keberhasilan, penampilan dan popularitas (2) perilaku individu dalam pemanfaatan media sosial, (3) perilaku setelah mengunggah konten di media sosial (4) perilaku sosial individu ketika berinteraksi dengan teman.

Hasil penelitian mengenai persepsi individu mengenai penampilan di media sosial menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMAN 1 Ajibarang setuju dengan pernyataan "*penampilan menjadi aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan saat mengunggah konten di media sosial*". Hal ini dikarenakan penampilan sering menjadi salah satu aspek yang dinilai orang lain di media sosial.

Tabel 1. Persepsi Individu tentang Penampilan

Tanggapan	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Setuju	116	76,8	141	93,4
Tidak setuju	35	23,2	10	6,6
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden laki-laki yang setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 116 responden (76,8%), sedangkan responden perempuan sebanyak 141 responden (93,4%). Menurut Fitri, siswa SMAN Ajibarang, mengatakan bahwa penampilan merupakan hal yang pertama kali dilihat banyak orang (*first impression*) jadi sebisa mungkin harus terlihat rapi agar dinilai baik oleh orang lain. Selain persepsi individu tentang penampilan, persepsi individu tentang popularitas juga perlu diperhatikan dalam penelitian ini.

Tingkat popularitas seseorang di media sosial seringkali diukur dengan jumlah pengikut atau followers. Hal ini dapat dianggap sebagai indikator seberapa banyak orang yang tertarik dengan konten dan aktivitas yang dibagikan oleh seseorang di platform tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden laki-laki cenderung setuju dengan pernyataan “jumlah follower menjadi aspek yang sangat penting untuk menunjukkan seberapa popularitas Anda”.

Tabel 2. Persepsi jumlah pengikut (follower) berhubungan dengan popularitas

Tanggapan	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Setuju	81	53,6	71	47
Tidak setuju	70	46,4	80	53
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Berdasarkan analisis data pada tabel 2 menunjukkan bahwa 81 responden laki-laki (53,6%) dan 71 responden perempuan (47%) setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki cenderung mengukur tingkat popularitas seseorang dari jumlah pengikut (follower) yang dimiliki. Menurut Dika, jumlah pengikut dianggap sebagai indikator popularitas karena menunjukkan seberapa banyak orang yang mengikuti dan mendukung akun tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Wibisono (2020), banyaknya jumlah pengikut yang dimiliki individu menunjukkan bahwa pengguna tersebut dinilai memiliki koneksi pertemanan yang luas. Jumlah pengikut menjadi salah satu aspek penting bagi remaja untuk menunjukkan identitas mereka di lingkungan sekitar. Dalam hal ini biasanya individu yang cenderung berperilaku narsistik akan terus berusaha meningkatkan jumlah pengikut agar mendapatkan tingkat popularitas yang diinginkan di media sosial. Selain persepsi individu tentang penampilan dan popularitas, perilaku individu dalam pemanfaatan media sosial juga digunakan untuk mengukur perilaku narsistik seseorang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden seringkali menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri seperti *upload postingan, stories* dan *live*. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian pengguna lain dan mendapatkan pujian.

Tabel 3. Mengekspresikan Diri di Media Sosial

Tanggapan	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Pernah	134	88,7	145	96
Tidak pernah	17	11,3	6	4
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa 134 responden laki-laki (88,7%) dan 145 responden perempuan (96%) pernah menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri. Hal ini sejalan dengan penelitian Sakti & Yulianto (2018) dan Martiani *et al* (2020), bahwa individu yang cenderung berperilaku narsistik akan menunjukkan eksistensi dirinya di media sosial agar dapat dilihat oleh pengguna lain di media sosial. Selain meneliti perilaku individu dalam pemanfaatan media sosial untuk mengekspresikan diri, perilaku individu untuk meniru gaya hidup orang lain di media sosial juga penting dilakukan. Variabel ini penting diteliti untuk mengetahui seberapa besar kekuatan media sosial dalam memengaruhi perilaku individu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah menggunakan media sosial untuk meniru penampilan atau gaya hidup orang lain. Hal ini dilakukan karena individu seringkali mencari inspirasi penampilan atau gaya hidup di media sosial yang dianggap cocok dengan identitas individu.

Tabel 4. Meniru Gaya Hidup Orang Lain di Media Sosial

Tanggapan	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Pernah	109	72,2	123	81,5
Tidak pernah	42	27,8	28	18,5
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Berkaitan dengan hasil interpretasi tabel 4 menunjukkan bahwa 109 responden laki-laki (72,2%) dan 123 responden perempuan (81,5%) pernah menggunakan media sosial untuk meniru penampilan atau gaya hidup orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial seringkali dimanfaatkan individu untuk mencari referensi tentang penampilan dan gaya hidup. Masalah ini berkaitan dengan individu yang berperilaku narsistik karena cenderung selalu ingin mengikuti trend penampilan atau gaya hidup di media sosial agar tidak ketinggalan zaman.

Selanjutnya untuk meneliti perilaku narsistik individu di media sosial, variabel yang perlu diteliti

yaitu perilaku individu setelah mengunggah konten di media sosial. Perilaku ini berkaitan dengan ekspektasi individu ketika mengunggah konten di media sosial, apakah reaksi dari pengguna lain sesuai yang diharapkan atau tidak. Individu narsistik seringkali mengharapkan pujian dari orang lain berupa like dan komentar positif. Menurut Ivana Rizki dan Ruhaena (2017) dan Wahyuni *et al* (2022), individu akan merasa berharga dan percaya diri ketika mendapatkan banyak like, komentar positif serta follower di media sosial, sehingga perilaku tersebut dilakukan secara berulang dan terus menerus. Apabila ketika mengunggah konten cenderung mendapat like atau komentar negatif, individu akan mengarsipkan atau menyembunyikan postingannya agar tidak dapat dilihat oleh pengguna lain. Respon ini dilakukan karena individu narsistik merasa malu jika tanggapan dari pengguna lain tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Tabel 5. Menyembunyikan Konten di Media Sosial

Tanggapan	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Pernah	64	42,4	84	55,6
Tidak pernah	87	57,6	67	44,4
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Hasil analisis yang telah dilakukan pada tabel 5 menunjukkan bahwa 64 responden laki-laki (42,4%) dan 84 responden perempuan (55,6%) pernah mengarsipkan atau menyembunyikan konten di media sosial karena mendapatkan jumlah like yang sedikit. Selain mengarsipkan atau menyembunyikan konten yang mendapatkan jumlah *like* sedikit, individu narsistik seringkali juga membandingkan jumlah like yang didapatkan dengan jumlah like individu lain.

Tabel 6. Membandingkan Diri dengan Orang Lain dari Jumlah *Like*

Tanggapan	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Pernah	67	44,4	73	48,3
Tidak pernah	84	55,6	78	51,7
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Kemudian pada tabel 6 menunjukkan bahwa sebanyak 67 responden laki-laki (44,4%) dan 73 responden perempuan (48,3%) pernah membandingkan diri dengan orang lain dilihat dari jumlah like yang diterima. Kemudian untuk 84 responden laki-laki (55,6%) dan 78 responden perempuan (51,7%) mengaku tidak pernah membandingkan diri dengan orang lain hanya dilihat dari jumlah like yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih sering mengarsipkan konten karena mendapatkan like sedikit dan membandingkan diri sendiri dengan orang lain di media sosial. Menurut

Listyowantira dan Ardi (2018) adanya fitur like menjadi ajang untuk membandingkan diri dengan orang lain. Hal ini mempengaruhi perilaku individu untuk berusaha tampil lebih baik lagi ketika melihat unggahan orang lain yang dirasa lebih baik dari miliknya. Perasaan cemburu, kurang percaya diri, keinginan untuk mendapatkan perhatian, ingin dihargai, ingin diakui, dan keinginan untuk memamerkan diri ini dapat menghasilkan penilaian negatif terhadap diri sendiri dan seiring waktu dapat menyebabkan timbulnya depresi (Swallow & Kuiper, 1988 dalam Listyowantira & Ardi 2018).

Individu yang berperilaku narsistik dapat diketahui dari cara individu berperilaku ketika berinteraksi dengan teman di media sosial. Salah satu perilaku sosial tersebut dapat dilihat ketika individu memposting ulang konten media sosial yang yang ditandai (*di-tag*) temannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah memposting ulang konten milik orang lain atau teman.

Tabel 7. Memposting Ulang Konten Orang Lain

Tanggapan	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Pernah	125	82,8	133	88,1
Tidak pernah	26	17,2	18	11,9
Total	151	100	151	100

Sumber : Data Primer, 2023

Berdasarkan data yang telah dianalisis, dapat diketahui bahwa 125 responden laki-laki (82,8%) dan 133 responden perempuan (88,1%) pernah memposting ulang konten media sosial yang ditandai oleh orang lain atau teman. Hal ini dilakukan sebagai bentuk perilaku menghargai perasaan orang lain. Konten media sosial yang sering diposting ulang yaitu konten yang didalamnya ada individu tersebut atau berupa foto/video bersama.

### Hubungan Jenis Kelamin terhadap Perilaku Narsistik

Jenis kelamin didefinisikan sebagai perbedaan fisik laki-laki dan perempuan yang berdampak pada perbedaan peran-peran gender di masyarakat. Jenis kelamin merupakan salah satu faktor dominan yang melatarbelakangi perilaku narsis. Hubungan jenis kelamin dengan perilaku narsistik remaja relevan dengan teori mengenai kesetaraan dan keadilan gender, yaitu teori nurture (Sasongko, 2009). Teori nurture berasumsi bahwa peran laki-laki dan perempuan merupakan hasil konstruksi sosial. Dalam penelitian ini, jenis kelamin dimaknai secara sosiokultural (gender).

Tabel 8. Tabel Silang Jenis Kelamin dan Perilaku Narsistik

Kategori Perilaku Narsistik	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Tinggi (Sangat Narsis)	52	34,4	80	53

Rendah (Kurang Narsis)	99	65,6	71	47
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan (53%) cenderung lebih narsis daripada responden laki-laki (34,4%). Hal ini sejalan dengan penelitian Kusumawati & Rachmah (2021) yang menunjukkan bahwa perempuan lebih narsis daripada laki-laki. Penyebab adanya perilaku narsistik yaitu media sosial, budaya massa dan gaya hidup. Sejalan dengan pernyataan Sembiring (2017) dan Novi & Eka (2021) juga menegaskan bahwa perempuan cenderung lebih narsistik daripada laki-laki karena mereka lebih sering mengikuti gaya hidup modern yang menempatkan penampilan pribadi terutama *body image* sebagai prioritas utama, dengan harapan mendapatkan pujian dari orang lain. Perempuan dianggap lebih narsistik dibandingkan laki-laki dikarenakan perempuan lebih suka berdandan dan menonjolkan dirinya dalam kehidupan nyata maupun media sosial (Freud dalam Putri, 2022). Temuan ini konsisten dengan pandangan Andreassen (dalam Putri, 2022) yang menyatakan bahwa mayoritas pengguna media sosial adalah perempuan, karena mereka lebih mungkin terlibat dalam perilaku adiktif melalui interaksi sosial.

Akan tetapi, berdasarkan hasil uji chi kuadrat nilai sig. untuk menguji variabel jenis kelamin (X1) terhadap perilaku narsistik (Y) adalah 0,437 dengan taraf signifikan yaitu (0,05), sehingga  $p(0,437) > sig(0,05)$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebenarnya tidak terdapat perbedaan perilaku narsistik yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sitorus et al (2023) yang menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada kecenderungan narsistik antara laki-laki dan perempuan. Penelitian Bhakti (2016) juga menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan perilaku narsistik pada laki-laki dan perempuan. Temuan ini dipengaruhi beberapa faktor, seperti gaya hidup dan teknologi internet. Perkembangan teknologi internet, termasuk kehadiran media sosial seperti Instagram, memfasilitasi interaksi antarindividu. Sementara itu, gaya hidup laki-laki dan perempuan saat ini cenderung serupa, ketika penampilan fisik tidak lagi bersifat eksklusif untuk perempuan, melainkan juga relevan bagi laki-laki. Penyebab tidak adanya hubungan perilaku narsistik dengan jenis kelamin dapat dipengaruhi beberapa hal, salah satunya yaitu intensitas penggunaan media sosial.

### **Hubungan Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Narsistik**

Perilaku narsis seringkali dihubungkan dengan perkembangan sosial dan teknologi modern, yang memungkinkan individu untuk terus-menerus mempromosikan diri mereka sendiri dan mencari validasi dari orang lain, terutama melalui media sosial. Pemikiran Guy Debord, seorang filsuf Perancis, memiliki relevansi dalam pemahaman perilaku narsis. Dalam bukunya yang terkenal, "*The Society of the Spectacle*" (1967), Debord mengembangkan konsep masyarakat tontonan. Menurutnya, masyarakat modern telah berubah menjadi masyarakat ketika segala sesuatu dieksploitasi menjadi "gambar". Salah satu implikasi penting dari masyarakat tontonan (Aji, 2020) adalah individu dihadapkan pada citra-citra yang dihasilkan media dan konsumsi yang dapat memengaruhi perkembangan perilaku narsistik. Dalam upaya memenuhi citra-citra ini, individu akan menciptakan citra diri yang berlebihan dan memperbesar kepentingan diri mereka sendiri. Ini dapat menciptakan perilaku narsistik yang tercermin dalam kebutuhan untuk mendapatkan perhatian dan validasi dari orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa semua siswa SMAN 1 Ajibarang memiliki kemampuan menggunakan berbagai jenis media sosial. Data berikut menunjukkan berbagai jenis media sosial yang digunakan responden.

Tabel 9. Jenis Media Sosial

Jenis Media Sosial	Jumlah
WhatsApp	276
Instagram	269
Tiktok	231
Youtube	151
Twitter / X	50
Telegram	43
Facebook	40
Discord	2
Weverce	2
Line	2
Threads	2
Quora	1

Sumber : data primer, 2023

Berdasarkan data yang telah dianalisis pada tabel 9 menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan responden adalah WhatsApp sebanyak 138 responden (45,7%), baik laki-laki maupun perempuan. Menurut Muhtar (2023), WhatsApp merupakan jenis media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia. Sepanjang tahun 2022, pengguna WhatsApp mencapai 92,1% dari total pengguna internet dengan rentang usia 16-64 tahun. Adanya aplikasi ini memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi dengan cara mengirim pesan teks, suara, dan gambar, serta membuat panggilan suara dan video dengan cepat dan mudah. Selanjutnya untuk media sosial yang paling sedikit digunakan yaitu Quora, hanya satu orang berjenis kelamin perempuan. Pada *item* ini responden diperbolehkan mengisi jawaban lebih dari satu pada jawaban jenis media sosial yang digunakan.

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan media sosial telah menjadi bagian yang tidak bisa lepas dari kehidupan banyak orang. Seiring dengan peningkatan ketersediaan teknologi, durasi waktu yang dihabiskan dalam interaksi dengan media sosial menjadi aspek penting yang perlu dijelaskan dan dipahami terutama dalam mengukur intensitas penggunaan media sosial, mengingat dampaknya yang signifikan terhadap sikap dan perilaku seseorang.

Tabel 10. Durasi Waktu Menggunakan Media Sosial

Durasi Waktu	Jenis Kelamin			
	Laki-laki		Perempuan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
1-3 jam	59	39,1	32	21,2
4-6 jam	64	42,4	66	43,7
7-10 jam	20	13,2	32	21,2

>10 jam	8	5,3	21	13,9
Total	151	100	151	100

Sumber : data primer, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan cenderung lebih banyak menggunakan waktunya untuk mengakses media sosial. Sedangkan pada tabel 10 responden laki-laki lebih sering mengakses media sosial selama 1-3 jam. Hal ini sejalan dengan penelitian Kustiawan *et al* (2022) yang menunjukkan bahwa para remaja seringkali menghabiskan waktunya di media sosial, salah satunya yaitu Tiktok. Bukan dalam waktu yang sebentar, melainkan bisa sampai seharian mereka melihat konten video yang ada di Tiktok.

Seiring dengan memahami durasi waktu penggunaan media sosial, penting juga untuk mengetahui motivasi individu mengakses media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki motivasi menggunakan media sosial agar dapat menemukan ide unik dan kreatif.

Tabel 11. Motivasi Menggunakan Media Sosial

Motivasi Menggunakan Media Sosial	Jumlah
Menemukan ide unik dan kreatif	266
Agar dapat berinteraksi dengan pengikut	128
Agar aktifitas saya diketahui banyak orang	31
Agar memiliki banyak pengikut (populer)	30
Hiburan mengisi waktu luang	19
Agar selalu update informasi yang beredar	10
Mendapatkan informasi yang bersifat inspiratif/edukatif	4
Agar dapat mengetahui aktifitas orang lain	2
Memperluas relasi pertemanan	1

Sumber : data primer, 2023

Data pada tabel 11 menunjukkan bahwa motivasi responden dalam mengakses media sosial terutama untuk menemukan ide unik dan kreatif sebanyak 266 responden. Hal ini sejalan dengan pendapat Fitri *et al* (2021) bahwa konten di media sosial dapat mendorong individu menemukan ide untuk berkeaktivitas sebaik mungkin agar mendapatkan pujian dari orang lain. Peningkatan kreativitas ini didukung dengan adanya berbagai fitur di media sosial yang memungkinkan individu untuk terus belajar dan mencari tahu terhadap sesuatu yang ingin dilakukan. Selain itu, media sosial juga menyediakan berbagai konten yang memuat ide unik dan kreatif seperti cara memanfaatkan barang bekas, tips mengolah masakan sederhana dengan enak dan lain sebagainya. Sehingga adanya media sosial sangat membantu individu untuk mempermudah menemukan ide unik dan kreatif. Pada *item* pertanyaan ini, responden diperbolehkan mengisi lebih dari satu jawaban motivasi menggunakan media sosial.

Motivasi penggunaan media sosial mendorong individu untuk menggunakan berbagai fitur yang ada di media sosial. Keterlibatan jangka panjang di media sosial tidak hanya terkait dengan waktu yang dihabiskan, tetapi juga mencakup preferensi khusus terhadap jenis fitur yang sering digunakan.

Tabel 12. Jenis Fitur yang Sering Digunakan di Media Sosial

Motivasi Menggunakan Media Sosial	Jumlah
Memberikan reaksi pada postingan ( <i>like</i> )	239
Berbagi status atau cerita ( <i>stories</i> )	193
Mengirim pesan pribadi ( <i>direct message</i> )	142
Berbagi foto atau video	115
Melihat gambar, video, <i>live streaming</i>	111
Menggunakan fitur grup atau komunitas	81
Mengomentari postingan	56

Sumber: data primer, 2023

Tabel 12 menunjukkan bahwa fitur yang paling sering digunakan responden di media sosial adalah fitur memberikan reaksi pada postingan (*like*) sebanyak 239 responden. Fitur *like* di media sosial dapat memperkuat perilaku narsistik dengan memberikan dorongan pemenuhan kepuasan (*instant gratification*) kepada pengguna. Pengguna yang memiliki kecenderungan narsistik akan menggunakan *like* sebagai alat untuk mengukur nilai diri mereka dalam rangka membangun citra diri yang sempurna di hadapan orang lain. Dengan banyaknya jumlah *like*, mereka merasa terpenuhi secara emosional dan meningkatkan rasa kepercayaan diri mereka, meskipun itu mungkin hanya bersifat sementara dan tidak mencerminkan kedalaman interaksi sosial yang sebenarnya, begitu juga sebaliknya (Veronica & Febrieta, 2022). Pada *item* pertanyaan ini responden diperbolehkan mengisi jawaban lebih dari satu fitur yang digunakan di media sosial.

Selain aspek penggunaan fitur di media sosial, motivasi penggunaan media sosial juga mendorong individu untuk mengakses berbagai jenis konten yang ada di media sosial. Hal ini berkaitan dengan minat dalam mengakses konten di media sosial untuk memenuhi kebutuhan individu.

Tabel 13. Jenis Konten yang sering dicari

Jenis Konten	Jumlah
Hiburan (meme, video lucu dan lain-lain)	267
Gaya Hidup ( <i>fashion</i> , makanan, <i>travelling</i> )	171
Pendidikan	155
Olahraga	122
Status Teman	85
Berita atau informasi seputar selebritis/idola	73
Politik	61
Berita terkini	3
Musik	2
Bisnis	1
Agama	1

Sumber : data primer, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis konten media sosial yang sering dicari oleh responden adalah konten yang bersifat hiburan (meme, video lucu dan lain-lain) sebanyak 133 responden laki-laki (44%) dan 134 responden perempuan (44,4%). Hal ini sejalan dengan penelitian Fajri (2021) bahwa konten yang sering diakses remaja adalah konten yang bersifat hiburan seperti meme, video lucu dan lain-lain. Aktivitas tersebut seringkali tidak hanya dilakukan di rumah, melainkan di sekolah juga khususnya pada jam istirahat dan jam kosong berlangsung. Hal ini menunjukkan adanya intensitas yang tinggi para remaja untuk melihat konten-konten tersebut. Pada *item* pertanyaan ini responden diperbolehkan mengisi jawaban lebih dari satu pada jawaban jenis konten yang sering dicari.

Tabel 14. Tabel Silang Penggunaan Media Sosial dan Perilaku Narsistik

Kategori Perilaku Narsistik	Durasi Waktu			
	Tinggi		Rendah	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Tinggi (Sangat Narsis)	51	63	81	36,7
Rendah (Kurang Narsis)	30	37	140	63,3
Total	81	100	221	100

Sumber : data primer, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu dengan intensitas penggunaan media sosial tinggi cenderung sangat narsis sebanyak 51 responden (63%). Sedangkan individu dengan intensitas penggunaan media sosial rendah cenderung kurang narsis sebanyak 140 responden (63,3%). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial akan berpengaruh pada perilaku narsistik individu. Menurut *Salsabilla et al* (2023), adanya media sosial, memberikan kesempatan individu narsis untuk mempermudah mempromosikan dirinya di media sosial. Berdasarkan hasil uji korelasi tau kendall diketahui bahwa korelasi variabel intensitas penggunaan media sosial (X2) terhadap perilaku narsistik (Y) sebesar 0,244 dengan nilai Sig sebesar 0,00. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan penggunaan media sosial dengan perilaku narsistik.

Perilaku narsistik dapat dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Milawatis (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial (Instagram) dengan perilaku narsistik. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Liang, 2021) yang menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan perilaku narsistik. Selain itu juga menurut Buffardi & Campbell (Putri, 2022) mencatat adanya hubungan positif antara perilaku narsisme dan penggunaan media sosial. Media sosial dianggap sebagai lingkungan yang ideal dan menarik untuk meningkatkan ego individu. Dengan kata lain, individu yang memiliki kecenderungan narsisme tinggi cenderung menggunakan media sosial secara berlebihan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan akan afiliasi yang ideal.

Hal ini sejalan dengan teori ketergantungan media oleh Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach pada tahun 1975. Teori ini berfokus pada ide bahwa media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi tindakan, sikap dan perilaku individu apabila digunakan secara terus-menerus. Media sosial dapat menjadi bagian dari media massa yang memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi dan interaksi sosial individu.

Ketergantungan kognitif, afektif, dan perilaku dalam penggunaan media sosial, seperti yang

diidentifikasi oleh DeFleur dan Ball-Rokeach, dapat secara kompleks terkait dengan perilaku narsistik. Misalnya, ketergantungan kognitif pada informasi media dapat memperkuat sifat narsistik individu dengan meningkatkan kebutuhan akan validasi intelektual melalui informasi yang disajikan, opini yang diungkapkan, dan diskusi yang terjadi di platform tersebut. Ketergantungan afektif pada konten media dapat memberikan pemenuhan emosional yang mendukung perilaku narsistik melalui konten yang diposting, tanggapan dari pengguna lain, dan interaksi sosial secara online. Di sisi lain, ketergantungan perilaku, seperti kecanduan terhadap interaksi sosial melalui media sosial untuk membangun citra diri yang sempurna atau menonjolkan prestasi mereka secara berlebihan di media sosial. Ketergantungan pada media sosial dalam dimensi perilaku dapat tercermin dalam frekuensi penggunaan, pembagian konten, dan bentuk partisipasi aktif dalam platform tersebut. Hal ini dapat memperkuat perilaku narsistik karena mencari validasi atau pengakuan dari orang lain secara terus-menerus.

## **PENUTUP**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan jenis kelamin dan penggunaan media sosial terhadap perilaku narsistik remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam perilaku narsistik antara laki-laki dan perempuan. Ini dilihat dari angka signifikansi hasil uji Chi Square sebesar 0,437, yang menunjukkan bahwa jenis kelamin bukanlah faktor utama dalam memengaruhi perilaku narsistik. Hal lain seperti faktor lingkungan dan pergaulan juga turut berperan dalam perkembangan perilaku narsistik pada seseorang. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa semakin sering remaja menggunakan media sosial, semakin besar kemungkinan mereka menunjukkan perilaku narsistik. Ini terbukti dari korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial dan perilaku narsistik, dengan nilai korelasi sebesar 0,244 dan p-value 0,000. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi praktisi psikologi dan kesehatan mental dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku narsistik pada remaja. Dengan pemahaman yang lebih lanjut tentang hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku narsistik, sehingga dapat digunakan untuk merancang intervensi yang lebih efektif dalam rangka mencegah dan mengatasi perilaku narsistik pada remaja. Edukasi yang tepat tentang risiko dan manfaat penggunaan media sosial juga dapat membantu remaja dalam mengembangkan keterampilan penggunaan yang sehat dan perilaku yang positif secara online.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- 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. DOI: <https://doi.org/10.33369/consilia.2.3.220-228>
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku narsis pada media sosial di kalangan remaja dan upaya penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2). DOI: <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220>
- Izzati, F., & Irma, A. (2018). Perilaku Narcissistic Pada Pengguna Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Serambi Mekkah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 3(2). Retrieved from: <https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/7206>
- Khadijah, K., Monalisa, dan Arlizon, R. (2022). Perilaku narsisme pada remaja dan peran guru

- bimbingan dan konseling . *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* Vol. 4(2), 236-244. DOI: <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i2.3820>
- Kustiawan, W., Amelia, R. N., & Sugiarto, S. (2022). Dampak Media Sosial Tiktok terhadap perilaku remaja pada Era globalisasi. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2108-2115. Retrieved from: <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3794/1359>
- Kusumawati, N. H. & Rachmah, E.N. (2021). Perbedaan Narsistik Mahasiswa Laki-laki dan Perempuan Pada Pengguna Media Sosial Instagram di Fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya. *Humanistik'45*, 8(2). Retrieved from: <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/humanistik/article/view/171>.
- Liang, S. (2021). Kecenderungan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial instagram. *Experientia: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 32-41. Retrieved from: <http://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/24214>
- Martiani, H. T., Hadiwinarto, H., & Herawati, A. A. (2020). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dengan Perilaku Narsisme Siswa SMA Negeri 6 Kota Bengkulu Serta Implikasinya Pada Layanan Bimbingan dan Konseling. *TRIADIK*, 19(2), 10-17. DOI : <https://doi.org/10.33369/triadik.v19i2.16455>
- Milawati (2019). Pengaruh penggunaan instagram terhadap perilaku narsisme mahasiswa jurnalistik UIN Alauddin. *Thesis*. p.126. Retrieved from <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/17107>
- Putri, R.N.S. (2022). Pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap perilaku narsisme (Survei pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Atmajaya Yogyakarta. Retrieved from: <http://e-journal.uajy.ac.id/27202/3/17%2009%2006455%202.pdf>.
- Ivana Rizki, A., & Ruhaena, L. (2017). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/53768>
- Sakinah, U., Zatrachadi, M.F., dan Darwati. (2019). Fenomena narsistik di media sosial sebagai bentuk pengakuan diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1) 34-43. DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/0.8710544>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501. Retrieved from: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950>
- Salsabilla, P., Sianturi, R., Fitriani, A., Kharisma, C. N. P., Wijaya, D., Prasetyani, D. S., & Aprilia, N. E. (2023). Faktor Yang Menyebabkan Narsisme Pada Remaja: Literature Review. *Jurnal Keperawatan Suaka Insan (JKSI)*, 8(1), 77-83. DOI: <https://doi.org/10.51143/jksi.v8i1.453>.
- Sembiring, K.D.R. (2017). Hubungan antara kesepian dan kecenderungan narsistik pada pengguna jejaring sosial media *Instagram*. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 147-154. DOI : <https://doi.org/10.14710/jp.16.2.147-154>
- Sitorus, C. T., Puspitasari, A. R., Erniyanti, W. K., Zahira, Z. H., & Perdini, T. A. (2023).

- Kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna aktif *Tiktok*. *Parade Riset Mahasiswa*, 1(1), 379-392, Retrieved from: <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/PRI/article/view/2305>
- 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* (Vol. 6, No. 1, pp. 53-58). Retrieved from: <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SNBK/issue/view/84>
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif dan pola penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 61-84. DOI: <https://doi.org/10.30596/interaksi.v2i1.1788>
- Wahyuni, F. R., Widyastuti & Nurdin, M. N. H. (2022). Hubungan antara harga diri dan kecenderungan perilaku narsistik pengguna instagram pada dewasa awal. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1(6), 639-653. DOI: [10.56799/peshum.v1i6.968](https://doi.org/10.56799/peshum.v1i6.968)
- Wibisono, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi pada Mahasiswa Di Lingkungan FISIP Unila). *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, 22(2), 145-164. Retrieved from: <https://jurnalsosiologi.fisip.unila.ac.id/index.php/jurnal/article/view/65>