



## Usaha Tampil Menarik di Dunia Maya: Kajian Self – Esteem dengan Perilaku Narsistik Pengguna Media Sosial Instagram pada Remaja

Anggraeny Kristy Langguna<sup>1</sup>, Ainurizan Ridho Rahmatulloh<sup>2</sup>

1 Anggraeny Kristy Langguna

2 Ainurizan Ridho Rahmatulloh

ainurizan.ridho@mercubuana-yogya.ac.id

### Abstrak

Media sosial Instagram menjadi fasilitas para remaja untuk menampilkan diri ke publik sebagai upaya meningkatkan *self-esteem*. Disisi lain, individu dengan kecenderungan narsistik memiliki *self-esteem* yang kuat tetapi tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara *self-esteem* dengan perilaku narsistik pengguna media sosial instagram pada remaja. Hipotesis yang diajukan untuk diuji dalam penelitian ini adalah adanya hubungan positif antara *self-esteem* dengan perilaku narsistik pengguna media sosial instagram pada remaja. Subjek dalam penelitian ini berusia 13–21 tahun, jumlah subjek dalam penelitian ini 100 subjek serta memiliki dan aktif dalam menggunakan media sosial instagram. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala perilaku narsistik dan skala *self-esteem*. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis korelasi pearson. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,887 dengan taraf signifikan  $p < 0,000$  yang berarti adanya hubungan positif antara *self-esteem* dengan perilaku narsistik pengguna media sosial instagram pada remaja. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,769 menunjukkan bahwa variabel *self-esteem* dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku narsistik pengguna media sosial Instagram pada remaja dengan kontribusi sebesar 76,9% dan sisanya 23,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Individu perlu berhati-hati dalam menggunakan media sosial Instagram agar tidak memunculkan sikap narsistik. Temuan-temuan penelitian dalam konteks dunia cyber dapat berkontribusi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di eradigital.

**Kata kunci:** *Self-esteem*, Perilaku narsistik, remaja

### Abstract

*Instagram social media has become a facility for teenagers to present themselves to the public as an effort to increase self-esteem. On the other hand, individuals with narcissistic tendencies have strong but unhealthy self-esteem. This study aims to determine the relationship between self-esteem and narcissistic behaviour of Instagram social media users in adolescents. The hypothesis proposed to be tested in this study is that there is a positive relationship between self-esteem and narcissistic behaviour of Instagram social media users in adolescents. The subjects in this study were aged 13 - 21 years, the number of subjects in this study was 100 subjects and had and were active in using Instagram social media. Data collection in this study used narcissistic behaviour scale and self-esteem scale. The data analysis method used is Pearson correlation analysis. Based on the results of the study, the correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) = 0.887 with a significant level of  $p < 0.000$ , which means that there is a positive relationship between self-esteem and narcissistic behaviour of Instagram social media users in adolescents. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.769 indicates that the self-esteem variable can make a significant contribution to the narcissistic behaviour of Instagram social media users in adolescents with a contribution of 76.9% and the remaining 23.1% is influenced by other variables. Individuals*



*need to be careful in using Instagram social media so as not to bring up narcissistic attitudes. Research findings in the context of the cyber world can contribute to efforts to improve the welfare of society in the digital era.*

**Keywords:** *Self-esteem, Narcissistic behaviour, adolescents*

## PENDAHULUAN

Pengguna media sosial bisa dengan mudah dalam berpartisipasi dan berbagi sebagai salah satu cara untuk menunjukkan eksistensi diri. Perkembangan pengguna media sosial dalam menerapkan penggunaan aplikasi yang terhubung dengan jaringan internet sebagai sumber utama yang digunakan oleh berbagai pihak sekali dalam jangka waktu studi berjalan dibandingkan dengan 55% dari mereka yang berumur 50 tahun ke atas (Smith, 2014). Menurut survei yang dilakukan oleh (Merketeers & Suyudi, 2013) hampir 70% pengguna internet remaja menghabiskan lebih dari tiga jam sehari menggunakan internet. Pengguna media sosial terbanyak di Indonesia berada pada kelompok usia 13- 18 tahun sebanyak 99,16% posisi kedua ditempati dengan kelompok yang memiliki rentan usia 19-34 tahun sebesar 94,64% pada tahun 2021-2022 (Apjii.or.id, 2022) Asosiasi penyelenggara media sosial jasa internet Indonesia. Berdasarkan data tersebut pengguna terbanyak media sosial di Indonesia yaitu individu dengan usia remaja.

Dalam hal ini pengguna media sosial pada remaja berfokus dalam aplikasi yang menerapkan pengambilan dan pengunggahan foto yaitu aplikasi instagram. Aplikasi ini memiliki daya tinggi untuk menarik perhatian pengguna dengan berbagai sarana yang disediakan (Dianelia & Sembiring, 2017). Aplikasi instagram di Indonesia memiliki pengguna aktif bulanan dilaporkan telah mencapai 61.610.000. Artinya sekitar 22,6% atau nyaris seperempat total penduduk Indonesia data tersebut didapat dari data 2019 akhir (Pertiwi, 2019). Pengguna instagram sendiri membawa dampak psikologis yang merujuk pada perilaku remaja, dalam hal ini penggunaan media sosial instagram pada remaja adalah melakukan komunikasi verbal dan non-verbal dengan sebuah postingan dan caption. Remaja adalah masa perubahan atau peralihan dari anak-anak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial (Khairat & Adiyanti, 2015). Masa remaja dengan rentan usia 13-21 tahun, yang mencakup remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir (Agustriyana & Suwanto, 2017) memiliki karakteristik yang unik adalah masa perkembangan dan psikis, serta diwarnai konflik dan perubahan keadaan afektif yang kuat, (Santrock, 2012). Dalam hal tersebut (Raskin & Terry, 1988) mengemukakan terdapat tujuh aspek kecenderungan narsistik, yaitu: a). *Authority*, menunjukkan bahwa narsistik akan tampak menguasai dari individu lainnya. b). *Self-sufficiency*, menunjukkan bahwa individu merasa mempunyai kemampuan tinggi dalam memenuhi kemampuannya. c). *Superiority*, menunjukkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik merasa sempurna, hebat, dan baik hanya pada individu tersebut. d). *Exhibitionism*, menunjukkan bahwa tampilan fisik yang sering individu tunjukkan agar mendapatkan pengakuan dari indentitasnya terhadap individu lain. e). *Exploitativeness*, menunjukkan bahwa untuk mencapai harga diri dan citra individu, maka individu lain sebagai sarannya. f). *Vanity*, menunjukkan bahwa masukan individu lain tidak dapat diterima oleh individu tersebut. g). *Entitlement*, menunjukkan bahwa seseorang cenderung memilih sesuai apa yang diinginkan tanpa memperhatikan sekitarnya, walaupun



hal tersebut mendapatkan pertentangan orang lain. Berdasarkan pendapat ahli di atas, dapat di simpulkan karakteristik dan aspek narsistik memiliki kepercayaan diri yang kuat tetapi tidak sehat. Individu juga merasa iri dengan orang lain yang lebih terkenal dibanding dirinya. Menurut Sedikides *et al* (2004) menyebut beberapa faktor yang mempengaruhi individu memiliki kecenderungan perilaku narsistik diantaranya adalah *depression, loneliness, subjective well-being, self-esteem*.

Namun dalam penelitian ini peneliti hanya membahas satu faktor saja, satu faktor tersebut adalah *self-esteem*, *self-esteem* adalah bagian dari faktor yang mempengaruhi perilaku narsistik individu yang membutuhkan penghargaan demi terbentuknya *self-esteem* yang didukung oleh penelitian (Hardika et al., 2019) ketika seorang individu memiliki *self-esteem* yang tinggi maka kebutuhan untuk dihargai dan diakui akan semakin tinggi. Adanya instagram menjadikan individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi memiliki tempat untuk memenuhi kebutuhan yang tinggi untuk diperhatikan dan di akui. Selain itu individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi akan cenderung narsis di instagram karena individu membutuhkan penerimaan dari orang lain baik secara langsung maupun diterima dalam pertemanan sosial media seperti instagram. Adanya instagram menjadikan individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi

Selanjutnya (Coopersmith, 1967) menyebutkan terdapat empat aspek *self-esteem* yaitu aspek *power, significance, virtue, dan competen*. Pada penggunaan media sosial instagram banyak remaja yang menggunakan instagram yang hadir dalam menyampaikan pesan penggunaannya dengan berbagai foto ataupun video singkat terlepas dari hal itu individu dengan perilaku narsistik berfokus pada keberhasilan dan kekaguman diri, kebutuhan untuk dipuji, perasaan kuat bahwa individu berhak mendapatkan segala sesuatu. Individu yang membutuhkan penerimaan akan menuntut lingkungannya untuk diakui bahwa dirinya sebagai individu yang unik dan superior (Engkus, 2017). Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu perbedaan dalam pemilihan subjek. Peneliti dalam penelitian sebelumnya subjek yang digunakan adalah mahasiswa, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan subjek remaja awal hingga remaja akhir atau berusia 13-21 tahun dan pengambil sampel pada seluruh wilayah khususnya di Indonesia. Pemilihan subjek tersebut didasari dengan hasil wawancara sebelumnya bahwa remaja juga mengalami kecenderungan berperilaku narsistik.

## METODE

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara kuantitatif dengan analisis statistik inferensial menggunakan program analisis data. Metode penelitian ini adalah korelasi *product moment* dari *pearson*. Data yang digunakan adalah data kuantitatif, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja yang menggunakan instagram yang berusia 13 – 21 tahun menjadi sumber utaman untuk data penelitian mengenai variabel bebas yang dijabarkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dimana peneliti menetapkan kriteria tertentu dalam pengambilan sample penelitian. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi model *likert*. Pengukuran variabel penelitian ini adalah skala *likert*. Berdasarkan hasil uji coba dari 40 subjek skala perilaku narsistik dari 59 aitem terdapat 38 aitem yang dikatakan valid



menggunakan perhitungan software didapatkan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0.657 dengan demikian skala perilaku narsistik merupakan pengukuran reliabel. Selanjutnya pada skala *self-esteem* dari 23 aitem terdapat 21 aitem yang dikatakan valid nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,925 skala *self-esteem* adalah data reliabel.

## HASIL

Uji normalitas digunakan dalam metode analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel berdistribusi dengan normal atau tidak. Maka dari itu, penelitian menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov (KS-Z)* yang digunakan sebagai tes normalitas. Berdasarkan hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (KS-Z)* pada variabel perilaku narsistik di peroleh  $KS-Z=0,000$  dan  $p = 0,149$  pada sebaran data variabel perilaku narsistik tidak mengikuti distribusi normal. Dari hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov (KS-Z)* pada *self-esteem* di peroleh  $KS-Z= 0,001$  dan  $p = 0,125$  pada sebaran data variabel *self-esteem* juga tidak mengikuti distribusi normal. Apabila hasil signifikansi  $KS-Z > 0,050$ , maka diasumsikan bahwa data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $KS-Z < 0,050$ , maka data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil yang termuat, maka diambil kesimpulan bahwa perilaku narsistik dan *self-esteem* dinyatakan tidak normal. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data skala perilaku narsistik dan *self-esteem* dalam penelitian ini tidak mengikuti sebaran data yang normal. Menurut Hadi (2015) normal tidaknya data tidak berpengaruh kepada hasil akhir yakni hipotesis. Selain itu selanjutnya dikemukakan Amalia & Gani (2015) data yang memiliki jumlah subjek  $N$  lebih dari 30 dikatakan bahwa dapat mengikuti sebaran normal atau sangat mendekati normal. Karena jumlah subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 subjek sehingga, dapat melanjutkan uji linearitas dan uji hipotesis. Setelah melakukan uji normalitas, peneliti melakukan uji linearitas untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel menunjukkan adanya hubungan linier atau tidak, Pedoman yang digunakan adalah jika nilai signifikansi  $p \leq 0,050$  maka kedua variabel dinyatakan memiliki hubungan yang linier dan apabila nilai  $p > 0,050$  berarti kedua variabel dinyatakan tidak memiliki hubungan yang linier. Berdasarkan hasil uji linieritas diperoleh  $F = 512,757$  dan  $p = 0,000$  yang menunjukkan bahwa hubungan antara perilaku narsistik dengan *self-esteem* merupakan hubungan yang linier. Adapun tabel uji normalitas dan linearitas dibawah ini.

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas Variabel Perilaku Narsistik dan *Self-Esteem*

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	
	Statistic	Sig.
Perilaku Narsistik	0,149	0,000
<i>Self-esteem</i>	0,125	0,001



**Tabel 2.** Hasil Uji Linearitas Variabel Perilaku Narsistik dan *Self-Esteem*

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Narsistik * Self_Esteem	Between Groups	52929.59	34	1556.75	17.69	.000
	Linearity	45110.00	1	45110.00	512.757	.000
	Deviation from Linearity	7819.59	33	236.957	2.693	.000
	Within Groups	5718.406	65	87.975		
Total		58648.00	99			

Uji hipotesis dengan analisis korelasi *product moment* yang dikembangkan oleh *Pearson* yang dikenal sebagai korelasi *pearson* guna mengetahui korelasi tunggal antara variabel bebas dan variabel terikat. Kaidah yang dipakai dalam penelitian ini adalah apabila nilai signifikansi

$< 0,050$  maka ada korelasi yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat, namun apabila nilai signifikansi  $\geq 0,050$  maka tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment* diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,877 dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,050$ ). Dengan hasil analisis tersebut, mengambil kesimpulan bahwa adanya hubungan yang signifikan dan hubungan positif antara *self-esteem* dan perilaku narsistik pada remaja pengguna media sosial instagram. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Dimana semakin tinggi *self-esteem* maka semakin tinggi pula perilaku narsistik pada remaja pengguna media sosial instagram, begitu pula sebaliknya. Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat dilihat bahwa koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,877 dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,769 yang artinya variabel *self-esteem* dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku narsistik pada remaja pengguna media sosial instagram dengan kontribusi sebesar 76,9% dan sisanya 23,1% disebabkan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



**Tabel 3.** Hasil Uji Hipotesis Variabel Perilaku Narsistik dan *Self-Esteem*

		<b>Correlations</b>	
		Perilaku_Narsistik	Self_Esteem
Perilaku_Narsistik	Pearson Correlation	1	.877**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Self_Esteem	Pearson Correlation	.877**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Berdasarkan hasil kategorisasi pada skala perilaku narsistik menunjukkan bahwa subjek yang termasuk kategori rendah sebesar 16%, kategori sedang sebesar 52%, dan kategori tinggi sebesar 32%. Pada hasil kategorisasi ini, dapat mengetahui tinggi, sedang rendahnya skor yang diperoleh subjek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini sebagian besar subjek memiliki perilaku narsistik dalam kategori sedang. Sebagai berikut.

**Tabel 4.** Skor Kategorisasi Skala Perilaku Narsistik

Kategori	Pedoman	Skor	N	Presentase
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 76$	16	16%
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$	$76 \leq X < 114$	52	52 %
Tinggi	$X > (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 114$	32	32 %
<b>Total</b>			100	100 %

Keterangan:

$X$  =  $X$  – Skor subjek

$\mu$  = Mean atau rerata hipotetik  
 $\sigma$  = Standar deviasi hipotetik

Selanjutnya hasil kategorisasi pada skala menunjukkan bahwa subjek yang termasuk kategori rendah sebesar 5%, kategori sedang sebesar 24% dan kategori tinggi sebesar 71%. Pada hasil kategorisasi ini, dapat mengetahui tinggi, sedang, rendahnya skor yang diperoleh subjek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini sebagian besar subjek memiliki *self-esteem* dalam kategori tinggi. Adapun rumusan kategorisasi dapat dilihat pada tabel berikut.



**Tabel 5.** Skor Kategorisasi Skala *Self-esteem*

Kategori	Pedoman	Skor	N	Presentase
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 42$	5	5%
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$	$42 \leq X < 62,5$	24	24%
Tinggi	$X > (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 63$	71	71 %
<b>Total</b>			100	100 %

Keterangan:

$X$  =  $X$  – Skor subjek

$\mu$  = Mean atau rerata hipotetik  
 $\sigma$  = Standar deviasi hipotetik

## DISKUSI

Hasil analisis *product moment* menunjukkan hasil koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,877 dan  $p = 0,000$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *self-esteem* remaja dan perilaku narsistik berkorelasi positif dapat diterima. Sehingga data tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dengan perilaku narsistik pengguna media sosial instagram pada remaja. Semakin tinggi *self-esteem* pada remaja pengguna media sosial instagram maka semakin tinggi perilaku narsistiknya dan sebaliknya semakin rendah *self-esteem* pengguna media sosial instagram pada remaja maka cenderung memiliki perilaku narsistik yang rendah. Sehingga *self-esteem* dapat mempengaruhi perilaku narsistik dapat menjadi variabel seberapa besar remaja memiliki perilaku narsistik. Dengan demikian pada penelitian (Pratiwi & Asih, 2010) menunjukkan terdapat hubungan yang positif pada remaja yang memiliki *self-esteem* tinggi dapat mengalami kecenderungan perilaku narsistik dimana lingkungan mempengaruhi remaja. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aprilia, 2020) menunjukkan bahwa adanya hubungan positif pada remaja karang karuna yang memiliki *self-esteem* dengan kecenderungan perilaku narsistik sebesar 26,2%.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa perilaku narsistik 32% pada tingkat tinggi yang cenderung sering memamerkan penampilan fisiknya untuk mendapatkan pujian dari media sosial. Pada tingkat sedang 52% sebagian remaja lebih memenuhi keinginan dirinya untuk mendapatkan apa yang individu inginkan. Sedangkan, perilaku narsistik tingkat rendah sebanyak 16% berupa, individu yang mencenderung untuk memilih sesuai dengan kemauan dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa 52% responden memiliki perilaku narsistik kategori sedang banyak remaja yang menggunakan media sosial instagram untuk memenuhi keinginan dirinya untuk mendapatkan apa yang menjadi kemauan individu.

Namun hampir sebagian besar responden setuju mengakui bahwa perilaku narsistik dapat muncul karena adanya media sosial instagram sebagai wadah remaja untuk memenuhi



keinginan. Dalam riset sebelumnya persamaan dalam penelitian ini berhubungan positif bahwa *self-esteem* negatif yang tinggi dalam penggunaan media sosial instagram yang tinggi akan berdampak buruk bagi remaja. Dampak yang ditimbulkan dari perilaku narsistik mengganggu orang lain dan ketika hal tersebut terjadi secara terus menerus maka akan merujuk pada gangguan kepribadian.

Penelitian ini telah dilakukan akibat dari keterbatasan pada peneliti, maka penelitian ini tentu memiliki kelemahan seperti dalam pengumpulan data dilakukan secara *online* melalui *Google From*, sehingga peneliti tidak dapat melakukan observasi dan mengambil dokumentasi pada subjek ketika mengerjakan skala penelitian. Kemudian, lebih banyak lagi referensi saat menentukan skala sehingga peneliti mudah dalam memenuhi standar dalam pernyataan skala.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dengan perilaku narsistik pengguna media sosial instagram pada remaja. Semakin tinggi atau positif *self-esteem* yang dialami individu maka semakin tinggi pula perilaku narsistik yang dimiliki. Hal ini dikarenakan ketika remaja memiliki *self-esteem* yang tinggi maka kebutuhan untuk dihargai dan penerimaan dirinya semakin tinggi. Dengan kepopuleran instagram membuat remaja yang memiliki *self-esteem* yang tinggi cenderung memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhannya, yakni ingin diperhatikan dan diakui di media sosial khususnya instagram. Sebagai tempat memperlihatkan personal branding individu sehingga remaja cenderung narsis di instagram karena remaja membutuhkan penerimaan dari individu lain baik secara langsung maupun diterima dalam pergaulan di sosial media seperti instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustriyana, N. A., & Suwanto, I. (2017). Fully human being pada remaja sebagai pencapaian perkembangan identitas. *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, 2.
- Apjii.or.id. (2022). *Hasil survei profil internet Indonesia*.
- Aprilia, L. (2020). *Hubungan Antara Kecenderungan Narsistik Di Media Sosial Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Karang Taruna Di Perumahan Jatisari Mijen Semarang*.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem* (S. Coopersmith, Ed.). San Fransisco, W.H. Freeman.
- Dianelia, K., & Sembiring, R. (2017). *Hubungan Antara Kesepian Dan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Jejaring Sosial Media Instagram* (Vol. 16, Issue 2).
- Engkus., Hikmat., & Saminnurahmat. (2017). Perilaku Narsis Pada Media Sosial Dilakukan Remaja Dan Upaya Penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20 (2). ISSN: 1410-8291.
- Fatimah, H., Dharmawan, H. A., Sunarti, E., & Affandi, J. M. (2015). Pengaruh Faktor Karakteristik Individu Dan Budaya Organisasi terhadap Keterikatan Pegawai Generasi X dan Y. *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13 No. 3, 403–409.
- Fauziah, R. N. (2020). Intensitas Mengunggah Konten Media Sosial Instagram dengan Perilaku Narsistik pada Remaja Awal. *Jurnal Imiah Psikologi*, 8, 562–571. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>



- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T. A. (2017). *Teori Kepribadian Edisi 8 Jilid 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS* (I. Ghozali, Ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M., N., & Risnawita, R., S. (2011). *Teori-teori Psikologi* (M., N Ghufron & R., S. Risnawita, Eds.). Ar Ruzz Media.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset* (S. Hadi, Ed.). Pustaka Pelajar.
- Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). Hubungan Self-Esteem Dan Kesepian Dengan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram. *Psikosains: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi*, vol 14 No. 1, 1–13. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30587/psikosains.v14i1.928>
- Hidayati, A. (2010). *Motivasi dan kepuasan menggunakan jejaring sosial facebook (studi korelasi antara motivasi, penggunaan dan kepuasan menggunakan jejaring sosial facebook dalam menjalin komunikasi interpersonal pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Swadana Transfer angkatan 2008* [Skripsi (Tidak dipublikasikan)]. Universitas Sebelas Maret.
- Khairat, M., & Adiyanti, M. G. (2015). Self-esteem dan Prestasi Akademik sebagai Prediktor Subjective Well-being Remaja Awal. *JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 1(3), 180–191.
- Kristanto, S. (2012). Journal of Social and Industrial Psychology Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna Facebook Info Artikel. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1 (1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Lestari, R., & Koentjoro, K. (2002). Pelatih Berpikir Optimis untuk Meningkatkan Harga Diri Pelacur yang Tinggal di panti dan Luar Panti Sosial. *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi Indigeneous*, Vol 6 No.2. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/indigenous.v0i0.4629>
- Liang, S. (2021). 32 Kecenderungan Perilaku Narsistik Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram. *Jurnal Experientia*, 9(1).
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. In *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol. 16, Issue 01). [www.frans.co.id](http://www.frans.co.id)
- Maulina, A. (2017). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Narsis Pada Remaja Pengguna Path* [Karya Ilmiah (Skripsi)]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Melati, M. (2023). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Gejala Narsistik Pada Remaja Pengguna Media Sosial*. [Thesis (Skripsi)]. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Merketeers, & Suyudi, I. (2013). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 74 juta*.
- Millon, T. (2011). *Disorders of Personality: Introducing DSM/ICD Spectrum from* (T. Millon, Ed.).
- Muslimin, K., David Yusuf, M., Taman Siswa No, J., & Jepara muslimin, T. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal An-Nida*, 12(2).
- Nasution, A. F. A. (2021). *Hubungan antara harga diri dengan perilaku narsistik di media sosial pada remaja*. [Thesis]. Universitas Katholik Soegijapranata.



- Nevid, J. S., Rathus, S. A., & Greene, B. (2009). *Psikologi Abnormal* (J. S. Nevid, S. A. Rathus, & B. Greene, Eds.; Ed.5,Cet.3). Erlangga.
- Ormrod, J. E. (2009). *Psikologi pendidikan: Membantu siswa tumbuh dan kembang*. (J. E. Ormrod, Ed.; Ed.6). Erlangga.
- Papalia, D. E., Feldman, R. D., & Martorell, G. (2012). *Experience Human Development* (D. E. Papalia, R. D. Feldman, & G. Martorell, Eds.; Twelveth edition). McGraw-Hill.
- Paramboukis, O., Skues, J., & Wise, L. (2016). . An Explanatory Study of The Relationships between Narcissism, Self- Esteem and Instagram Use. . *Social Networking*, 5, 82–92.
- Pertiwi, W. K. (2019, December 23). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?* Kompas.Com.
- Puspitasari, D. (2015). Rancang bangun sistem informasi koperasi simpan pinjam karyawan berbasis web. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 11(2), 186–196.
- 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.
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). *Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja* (Vol. 01, Issue 01). www.checkfacebook.com
- Saktya Adi, P., Erna Agustina Yudiati, M., Pawiyatan Luhur, J. I., & Dhuwur Semarang, B. (2009). *Harga Diri Dan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Friendster*.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan remaja* (J. W. Santrock, Ed.; ed. 6). Erlangga.
- Sarwono, S. W., & Meinarno, E. A. (2014). *Psikologi Sosial* (S. W. Sarwono & E. A. Meinarno, Eds.). Salemba Humanika .
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas Smau Ct Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |, 10(2), 147– 160.
- Schraml, K., Perski, A., Grossi, G., & Simonsson-Sarnecki, M. (2011). Stress Symptoms among Adolescents: The Role of Subjective Psychosocial Conditions, Lifestyle, and Self-Esteem. *Journal of Adolescence*, 34, 987–996.
- Sedikides, C., Rudich, E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M., & Rusbult, C. (2004). *Are normal narcissists psychologically healthy?: Self-esteem matters*. 87(3), 400–416.
- Setyawati, N. (2010). *Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja* [Karya Ilmiah (Skripsi)]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Siti, M., & Irwan, G. (2018). *Alat Analisis Data* Andi. Smith, A. (2014). *About This Report*. www.pewresearch.org
- Sugiyono. (2013). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Sugiyono, Ed.; Ed.1). Alfabeta.
- Tafarodi, R. W., & Milne, A. B. (2002). Decomposing global self-esteem. *Journal of Personality*, 7(4), 443–484.



- Thiro, F. T., Sinolungan, J. S. V., & Pali, C. (2021). Hubungan Harga Diri dan Narsisme pada Siswa dan Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Biomedik:JBM*, 13(3), 303<https://doi.org/10.35790/jbm.13.3.2021.31901>
- Wibowo, Y., & Maria Silaen, S. J. (2018). Hubungan Self-Esteem Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Narsisme Di Kalangan Siswa Kelas Viii Smpk Penabur Bintaro Jaya. *Humaniora*, 2.
- Yendi, F. M., & Rafsyam, Y. S. (2015). *Self-Esteem Dan Pelayanan Bimbingan Dan Konseling yang Dibutuhkan Siswa Kelas Akselerasi* (Vol. 4). <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor>