

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah media sosial masih memiliki beragam pengertian dan definisi yang berbeda-beda. Secara umum, media sosial adalah platform digital yang digunakan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain secara online¹. Dalam konteks komunikasi sosial maupun bisnis, media sosial berperan sebagai sarana untuk membangun kolaborasi, menjalin komunikasi, dan menciptakan hubungan sosial secara virtual. Kemudahan mengakses informasi melalui perangkat elektronik seperti komputer dan ponsel memungkinkan pengguna mendapatkan informasi dengan lebih fleksibel, kapan saja dan di mana saja mereka berada². Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa media sosial adalah platform digital yang memudahkan pengguna dalam berinteraksi, bertukar pikiran, dan berbagi informasi satu sama lain. Sebagai media komunikasi dalam ranah sosial maupun bisnis, media sosial memungkinkan terjalinnya kerja sama serta pembentukan relasi sosial secara virtual. Selain itu, kemampuannya dalam memberikan akses informasi melalui alat elektronik seperti ponsel dan komputer membuat media sosial bisa digunakan kapan saja dan di mana saja. Lebih jauh, media sosial juga menjadi ruang bagi pengguna untuk berkomunikasi, menyampaikan pendapat, serta memperoleh popularitas di ranah digital.

Instagram, Facebook, TikTok adalah beberapa situs sosial media populer saat ini^{3,4,5}. Hal ini diperkuat dengan pendapat Kemp yang menerangkan⁶ saat ini ada beberapa platform media sosial yang memiliki jumlah pengguna paling banyak di dunia, di antaranya adalah Facebook, Instagram, dan TikTok. Masing-masing telah digunakan

¹ Ikhsani, A. A., & Dhanar Intan Surya Saputra. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 17–26. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i1.3382>

² Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>

³ Ikhsani, A. A., & Dhanar Intan Surya Saputra. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 17–26. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i1.3382>

⁴ Sawitri, N. M. A., & Chusumastuti, D. (2021). Peran Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Masker Kecantikan Yuppeoskin. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 49–60. <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i2.148>

⁵ Sijoen, A. E., Hutagalung, M., Sirait, E., Sufa, S. A., & Munizu, M. (2024). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 149–153. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.823>

⁶ Herdiyani et al., (2022)

oleh lebih dari satu miliar pengguna⁷. TikTok adalah sebuah platform media sosial dan video musik yang berasal dari Tiongkok, diciptakan oleh Zhang Yiming dan pertama kali diperkenalkan pada bulan September tahun 2016. Aplikasi ini memungkinkan pengguna mengunggah video pendek yang telah mereka buat sendiri dan berbagi videonya dengan orang lain yang menggunakan platform tersebut. Awalnya, TikTok dikenal sebagai aplikasi berbasis musik yang menampilkan konten lip-sync berdurasi sekitar 15 detik. Berdasarkan data unduhan global, Amerika Serikat mencatat persentase pengunduhan tertinggi aplikasi TikTok sebesar 9,7%, diikuti oleh Indonesia dengan 8,5%. Pada bulan Juli 2020, Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di seluruh dunia. Persentase ini bahkan lebih tinggi daripada popularitas aplikasi lainnya seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Menurut data dari ByteDance, Indonesia memiliki sekitar 10 juta pengguna aktif TikTok setiap bulannya. Tingginya angka ini dipengaruhi oleh beragam konten menarik yang tersedia di dalam aplikasi, seperti tutorial menari, informasi dan edukasi, konten kecantikan dan fesyen, hingga hiburan berformat komedi. Untuk mengakses TikTok, individu bisa mengunduh aplikasinya melalui Google Play Store atau App Store⁸. TikTok dipilih karena karakteristiknya sebagai media sosial berbasis video dan algoritma popularitas yang mendorong eksposur diri serta pencarian validasi sosial, sehingga relevan untuk mengkaji hubungan harga diri dan kecenderungan narsistik pada mahasiswa.

Fenomena TikTok memang sudah menyebar luas di masyarakat Indonesia. Tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi hampir di semua daerah di Indonesia. Hal ini menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi dari masyarakat. Banyak orang berlomba-lomba membangun identitas diri agar bisa mendapatkan citra yang mereka inginkan, seperti rasa ingin dipuji dan dikenal oleh banyak orang. Banyak pengguna TikTok juga berharap bisa menjadi terkenal atau viral melalui konten video yang mereka buat. Para kreator TikTok juga berusaha memberikan hasil terbaik dalam membuat konten, mulai dari kreativitas, keunikan, hingga media yang digunakan untuk mendukung konten tersebut.

⁷ Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>

⁸ Nugroho, M. A. (2022). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsis Pada Remaja Di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung.

Namun, di sisi lain, penggunaan TikTok secara berkelanjutan bisa membuat seseorang semakin terlibat dalam platform ini. Tingkat penggunaan TikTok yang tinggi juga berdampak pada para mahasiswa. Pada tahap perkembangan ini, mahasiswa dihadapkan pada berbagai kebutuhan dan permasalahan, seperti kebutuhan fisik, rasa aman, kasih sayang, pencarian informasi, serta aktualisasi diri. Selain itu, para mahasiswa juga menghadapi tantangan dalam aspek psikososial, seperti beradaptasi dengan lingkungan baru, berinteraksi dengan orang lain, mengelola emosi secara matang, dan membangun rasa percaya diri, yang semuanya dapat mempengaruhi cara mereka berperilaku. Keterlibatan dalam tren TikTok seringkali menuntut mahasiswa untuk tampil menarik secara fisik, serta didukung oleh perangkat teknologi dengan kualitas video yang baik, karena hal tersebut dianggap sebagai tolok ukur untuk memperoleh validasi sosial dari penonton. Validasi ini kemudian memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna. Lebih jauh, TikTok juga kerap digunakan sebagai media untuk mempromosikan diri, menampilkan kelebihan, keunikan, maupun daya tarik fisik, yang dalam konteks tertentu mencerminkan perilaku narsistik⁹. TikTok dipilih karena secara struktural lebih mendorong pencarian validasi sosial melalui algoritma berbasis popularitas dan eksposur diri, sehingga secara teoretis lebih relevan untuk mengkaji hubungan harga diri dan kecenderungan narsistik dibandingkan media sosial lain

Pesatnya penggunaan internet di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia, juga mendorong pertumbuhan banyak platform jejaring sosial atau media sosial. Kehadiran media sosial seperti TikTok membawa perubahan signifikan terhadap perilaku manusia, baik dari aspek sosial maupun kognitif. Dari sisi sosial, penggunaan media sosial yang masif mengakibatkan menurunnya frekuensi komunikasi, interaksi, dan sosialisasi secara langsung, karena aktivitas tersebut kini dapat dilakukan secara virtual. Sementara itu, dari segi kemampuan berpikir, seseorang cenderung semakin termotivasi untuk menunjukkan keberadaannya dan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Hal ini dimungkinkan melalui berbagai fitur media sosial, seperti penulisan status, unggahan foto, maupun video. Melalui fitur-fitur tersebut, pengguna dapat menyampaikan berbagai pengalaman baik yang bersifat positif maupun negatif dan mengharapkan tanggapan berupa *like*, komentar, pujian, atau bentuk apresiasi lainnya. Seiring meningkatnya jumlah pengguna dan intensitas penggunaan media sosial, terjadi pula perubahan

⁹ Abdillah, R., & Finda Maika, W. (2023). harga diri dan Perilaku Narsisme pengguna TikTok pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 693–702. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8328043>.

perilaku yang dapat memicu kecenderungan narsistik apabila penggunaan dilakukan secara berlebihan.

Terdapat beberapa kasus nyata yang menunjukkan kecenderungan perilaku narsistik akibat penggunaan media sosial secara berlebihan. Seorang remaja asal Newcastle, Inggris, bernama Danny Bowman yang berusia 19 tahun pernah mencoba bunuh diri dengan mengonsumsi terlalu banyak obat-obatan. Hal ini disebabkan oleh rasa frustrasi karena tidak ada satu pun foto selfie yang diunggahnya ke Facebook dianggap sempurna. Beruntung, tindakan tersebut segera diketahui oleh ibunya sehingga nyawanya berhasil diselamatkan. Kasus lainnya adalah Junaid Ahmed, seorang pria asal Essex, Inggris, yang mengalami kecanduan selfie. Ia dilaporkan kerap mengambil foto dirinya di berbagai tempat dan mengunggahnya ke Instagram. Setiap harinya, Ahmed bisa mengambil sedikitnya 200 foto, dan akan menghapus unggahan yang tidak mencapai minimal 600 like. Meskipun tidak sampai mencoba bunuh diri, obsesi terhadap like dan penampilan fisik membuatnya menjalani operasi plastik demi meningkatkan daya tarik visual. Ahmed mengaku kesulitan untuk menghentikan kebiasaannya dan terus-menerus merasa terobsesi terhadap penampilannya sendiri¹⁰.

Kecenderungan narsis adalah cara seseorang merasa bangga terhadap diri sendiri secara berlebihan, dan masyarakat kadang menganggap hal ini sebagai hal yang wajar. Namun, ini adalah pemahaman yang salah, karena menurut DSM-V, buku pedoman diagnosis gangguan mental yang resmi, kecenderungan narsis termasuk dalam kategori gangguan kepribadian yang memang memiliki dampak negatif terhadap diri sendiri dan orang lain¹¹. Orang yang memiliki sifat narsis cenderung terus-menerus membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Mereka kerap memiliki fantasi mengenai pencapaian luar biasa dalam karier atau kehidupan pribadi. Beberapa di antaranya meyakini bahwa diri mereka lebih unggul dibandingkan orang lain, sementara sebagian lainnya justru menunjukkan kecenderungan untuk terlalu fokus dan kritis terhadap kekurangan diri sendiri. Selain itu, individu dengan kecenderungan narsistik umumnya sangat sensitif terhadap kritik, bahkan terhadap hal-hal yang bersifat sepele, serta cenderung menunjukkan resistensi atau penolakan terhadap masukan negatif.

¹⁰ Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). Hubungan harga diri Dan Kesepian Dengan kecenderungan narsistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram. *PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.30587/psikosains.v14i1.928>

¹¹ American Psychiatric Association. (2015). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (Fifty Edition)* (5th ed.). <https://doi.org/10.4324/9780429286896-12>

Dalam model Freud, narsisme dibutuhkan oleh setiap orang namun seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan hidup, setiap orang akan mengalami kekurangan narsisme primer, pada saat mereka mulai mengasihi orang lain dan bukan hanya dirinya saja. Mengasihi orang lain akan mengurangi energi libido ini, sehingga untuk mengembalikannya membutuhkan perhatian dan cinta dari dunia di luar dirinya untuk mempertahankan rasa puas¹².

Individu dengan kecenderungan narsistik umumnya memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap kritik atau kegagalan, meskipun hal tersebut tidak selalu tampak secara eksplisit¹³. Hal ini disebabkan oleh harga diri yang rapuh, yang kerap disembunyikan di balik fantasi yang berlebihan mengenai kesuksesan, kecantikan, kekuasaan, atau cinta ideal. Fantasi-fantasi tersebut berfungsi sebagai mekanisme pertahanan untuk menutupi kerentanan diri. Kondisi ini juga dapat ditemukan pada perempuan yang berprofesi sebagai model, yang menunjukkan ciri-ciri narsistik serupa. Berdasarkan pernyataan *American Psychiatric Association* dalam DSM-5 serta pendapat Neale, kecenderungan narsistik yang selama ini kerap dianggap sebagai hal yang ringan atau bahan candaan oleh masyarakat, sesungguhnya merupakan gangguan psikologis yang dapat menimbulkan penderitaan yang signifikan bagi individu yang mengalaminya.

Pada era media sosial saat ini, individu dengan mudah dapat menampilkan identitas diri serta menunjukkan pencapaian atau daya tarik pribadi mereka kepada publik. Hal tersebut masih dianggap wajar apabila sebatas pada bentuk ekspresi diri yang sederhana. Kecenderungan semacam ini berpotensi mendorong individu untuk menunjukkan ciri-ciri narsistik.

Rendahnya harga diri mendorong individu untuk berupaya meningkatkan harga dirinya melalui berbagai cara, termasuk melalui aktivitas di media sosial. Kondisi ini juga terjadi pada kalangan mahasiswa. Ketika penggunaan media sosial dilakukan secara intens dan disertai dengan dorongan kuat untuk menunjukkan eksistensi diri secara berlebihan, hal ini dapat memunculkan kecenderungan perilaku narsistik. Mereka cenderung lebih percaya diri dalam menampilkan diri di hadapan orang lain. Namun demikian, apabila kebutuhan untuk memperoleh perhatian dan penghargaan belum

¹² American Psychiatric Association. (2015). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (Fifty Edition)* (5th ed.). <https://doi.org/10.4324/9780429286896-12>

¹³ Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). Hubungan harga diri Dan Kesepian Dengan kecenderungan narsistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram. *PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.30587/psikosains.v14i1.928>

terpenuhi dalam kehidupan nyata, mereka pun dapat mencari pemenuhan tersebut melalui media sosial.

Rendahnya harga diri pada individu dengan kecenderungan narsistik menjadikan mereka sangat rentan terhadap kritik dan kegagalan, yang sering kali dipersepsi sebagai ancaman terhadap identitas diri atau luka psikologis. Meskipun reaksi yang muncul tidak selalu tampak secara langsung, kritik tersebut dapat menimbulkan dampak emosional yang mendalam, seperti perasaan terhina, direndahkan, kosong, atau hampa. Respon yang diberikan terhadap situasi semacam ini umumnya bersifat defensif, antara lain dengan cara meremehkan pihak lain, mengekspresikan kemarahan, atau melakukan serangan verbal sebagai bentuk perlindungan diri. Dalam beberapa kasus, individu tersebut juga cenderung menarik diri dari lingkungan sosial atau menunjukkan sikap rendah hati yang bersifat semu, sebagai strategi pertahanan untuk menjaga citra diri yang superior di hadapan orang lain¹⁴.

Sejatinya, harga diri ialah penilaian baik negatif maupun positif pada diri sendiri. Maksudnya bukan hanya merefleksi diri tetapi juga memahami kualitasnya. Karena individu-individu membutuhkan apresiasi terhadap dirinya sendiri, harga diri sangat penting untuk menentukan perilaku individu. Seseorang akan memandangnya dirinya dihargai, sukses, dan bermanfaat bagi orang lain dengan memberikan penghargaan yang positif. Jika harga diri dipenuhi, orang dapat memiliki semangat dan motivasi diri. Namun, jika harga diri tidak dipenuhi, orang mungkin berperilaku negatif¹⁵. Harga diri adalah evaluasi menyeluruh seseorang terhadap nilai pribadinya¹⁶.

Harga diri diukur oleh aspek-aspek yang dikemukakan oleh Coopersmith dan Roseberg. Aspek-aspek harga diri yang dikemukakan Coopersmith diantaranya *power*, *significance*, *virtue*, dan *competence*. Empat aspek tersebut lalu dituangkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan relevan dan dikenal dengan Coopersmith harga diri Inventory (CSEI)¹⁷. Selain itu, Rosenberg's harga diri *scale* juga umum digunakan untuk mengukur harga diri seseorang¹⁸. Meskipun demikian, dua skala pengukuran tersebut merupakan

¹⁴ American Psychiatric Association. (2015). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (Fifty Edition)* (5th ed.). <https://doi.org/10.4324/9780429286896-12>

¹⁵ Indrayani, Hardaningrum, T. W., & Nurjannah, E. (2024). Analisis Hubungan harga diri dengan Impulsive Buying pada Mahasiswa. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 39–53.

¹⁶ Consiglio, I., & van Osselaer, S. M. J. (2022). The effects of consumption on harga diri . *Current Opinion in Psychology*, 46, 101341. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101341>

¹⁷ Rokhmatika, N. (2024). Pengembangan Instrumen harga diri Coopersmith (Citra Diri). *Jurnal Literasi Indonesia(JLI)*, 1(1), 1–8.

¹⁸ Alwi, M. A., & Razak, A. (2022). Adaptasi Rosenberg's harga diri di Indonesia. *Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 1074–1080.

produk dari penelitian yang mempunyai latar belakang berbeda dengan lingkungan di Indonesia. Penggunaan skala harga diri perlu dipertimbangkan untuk menggunakan adaptasi dari skala pengukuran yang sudah ada untuk memastikan reliabilitas skala pengukuran terhadap objek penelitian.

Penelitian dengan topik hubungan *self control* dan harga diri dengan narsistik pada remaja pengguna TikTok menunjukkan bahwa narsistik lebih erat kaitannya dengan harga diri dengan nilai koefisien korelasi 68% daripada dengan *self control* dengan nilai koefisien korelasi 51%. Artinya, semakin rendah harga diri maka semakin tinggi narsistik seseorang dan begitu juga sebaliknya¹⁹.

Penelitian ini juga menyebutkan bahwa salah satu faktor narsisme yang muncul pada seseorang dipengaruhi ketidakstabilan harga diri mereka²⁰. Penggunaan TikTok telah menjadi substansi penting dalam pembahasan tentang dampaknya terhadap perilaku narsistik. Platform ini menyediakan mekanisme psikologis yang terkandung dalam kebutuhan untuk mendapatkan pujian, presentasi diri, dan validasi sosial yang dapat memperkuat kecenderungan narsistik di kalangan penggunanya. TikTok memfasilitasi *self-presentation* melalui konten yang menonjolkan penampilan fisik atau gaya hidup, yang dapat memperkuat kebutuhan akan pujian. Platform media sosial ini mengizinkan pengguna untuk memperlihatkan citra ideal diri mereka kepada publik, yang mengingatkan pada ciri khas perilaku narsistik yaitu dorongan untuk mendapatkan pengakuan dan perhatian dari orang lain²¹. Mekanisme psikologis tersebut berperan dalam pengembangan dan penguatan sifat narsistik melalui beberapa cara. Pertama, TikTok mendorong mekanisme pencarian validasi sosial, di mana pengguna berusaha mendapatkan jumlah *likes* dan komentar positif pada konten yang mereka bagi. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik seringkali memiliki kebutuhan yang tinggi untuk diakui oleh orang lain, yang menyebabkan mereka terlibat secara aktif dalam menciptakan konten yang bertujuan untuk menarik perhatian²². TikTok sebagai platform dengan format video pendek meningkatkan peluang

¹⁹ Syamsuddin, L., Liputo, S., & Saleh, R. (2024). The Relationship Between Self-Control and harga diri with Narcissistic Behavior in Teenage Tiktok Users. *Journal La Sociale*, 5(1), 102–109. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i1.1112>

²⁰ Defi, W. S., Psikologi, F., & Malang, U. M. (2025). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z*.

²¹ "Personality Traits, Narcissism and TikTok Addiction: A Parallel Mediation Approach" International Journal of Media and Information Literacy (2022) doi:10.13187/ijmil.2022.2.293.

²² Hidayat et al. "Exploring the Impact of Social Media on Narcissistic Behavior Among Students in Medan City" Channel Jurnal Komunikasi (2024) doi:10.12928/channel.v12i1.480.

konten viral, yang mengarah pada penguatan perilaku narsistik²³. Kedua, TikTok juga menciptakan lingkaran umpan balik dimana penguatan sosial dapat memperkuat perilaku narsistik. Indikasi bahwa pengguna merasa lebih baik saat menerima pujian dari orang lain dapat memperkuat perilaku narsistik yang ada. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik tidak hanya mencari perhatian, tetapi juga bergantung pada penerimaan dan dukungan orang lain, yang berfungsi sebagai umpan balik untuk memperkuat kepercayaan diri mereka²⁴. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa kurangnya kontrol diri dalam menggunakan TikTok berkorelasi positif dengan perilaku narsistik, dimana pengguna yang lebih rentan untuk melakukan self-promoting lebih mungkin terjerat dalam siklus pencarian validasi tersebut²⁵. Dalam konteks presentasi diri, TikTok memfasilitasi penggunaan estetika dalam pembuatan konten yang dapat menghasilkan tingkat pengakuan sosial yang tinggi, mendorong pengguna untuk berinvestasi dalam citra yang menarik secara visual. Penelitian menunjukkan bahwa perilaku narsistik dapat dimotivasi oleh dorongan untuk mengeksplosi diri mereka dalam cahaya yang terbaik, yang sejalan dengan fenomena di TikTok dimana penampilan fisik sering kali menjadi faktor penentu keberhasilan konten²⁶. Dengan demikian, penggunaan TikTok tidak hanya berdampak pada kehidupan sosial individu, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan sifat narsistik melalui berbagai mekanisme psikologis yang terkait. Keseimbangan antara *self-promotion* yang intens dan kebutuhan akan validasi sosial yang tinggi dapat mendorong perilaku narsistik ke dalam skala yang lebih besar. Penggunaan berkelanjutan platform ini mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami hubungan antara penggunaan TikTok dan dampaknya terhadap kepribadian serta perilaku sosial. Penelitian tentang asosiasi kesehatan mental dengan durasi penggunaan aplikasi sosial media menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok yang berlebihan mengakibatkan masalah seseorang pada harga diri, dukungan teman, PTSD, kecemasan, kesepian dan depresi²⁷. Berbagai permasalahan tersebut

²³ Yeung et al. "TikTok and Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder: A Cross-Sectional Study of Social Media Content Quality" The Canadian Journal of Psychiatry (2022) doi:10.1177/07067437221082854.

²⁴ Neave et al. "Seeking attention versus seeking approval: How conspicuous consumption differs between grandiose and vulnerable narcissists" Psychology and Marketing (2020) doi:10.1002/mar.21308.

²⁵ Syamsuddin et al. "The Relationship Between Self-Control and Self-Esteem with Narcissistic Behavior in Teenage TikTok Users" Journal la Sociale (2024) doi:10.37899/journal-la-sociale.v5i1.1112.

²⁶ Back et al. "Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism." Journal of Personality and Social Psychology (2013) doi:10.1037/a0034431.

²⁷ Woodward, M. J., McGettrick, C. R., Dick, O. G., Ali, M., & Teeters, J. B. (2025). Time Spent on Social Media and Associations with Mental Health in Young Adults: Examining TikTok, Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, Snapchat, and Reddit. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s41347-024-00474-y>

umumnya dikategorikan sebagai indikator gangguan kesehatan mental yang bersifat klinis.

Namun demikian, penelitian tersebut tidak secara spesifik mengkaji kecenderungan narsistik. Kecenderungan narsistik berbeda dengan gangguan kepribadian narsistik (Narcissistic Personality Disorder / NPD) yang diklasifikasikan dalam DSM-5. NPD merupakan gangguan kepribadian yang bersifat klinis dan membutuhkan penilaian diagnostik profesional, sedangkan kecenderungan narsistik dipahami sebagai sifat atau karakteristik kepribadian non-klinis yang dapat muncul dalam tingkat tertentu pada individu tanpa memenuhi kriteria diagnosis gangguan kepribadian. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada kecenderungan narsistik sebagai konstruk kepribadian non-klinis, bukan pada gangguan kepribadian narsistik, sehingga berbeda secara konseptual dari penelitian yang menelaah dampak penggunaan TikTok terhadap gangguan kesehatan mental klinis. Dalam penelitian ini, kecenderungan narsistik dipahami sebagai respons psikologis terhadap lingkungan media sosial, bukan sebagai gangguan. Berikut perbedaan dari Kecenderungan Narsistik dan NPD itu sendiri Kecenderungan Narsistik merupakan sifat kepribadian Bersifat non-klinis ,dapat dimiliki oleh individu normal dalam derajat ringan hingga sedang,ditandai oleh kebutuhan akan pengakuan, perhatian, dan citra diri positif, tidak menyebabkan disfungsi berat dalam kehidupan sosial atau akademik,umumnya kontekstual, misalnya dipengaruhi oleh media social . Narcissistic Personality Disorder (NPD) Merupakan gangguan kepribadian klinis,diklasifikasikan dalam DSM-5,bersifat pervasif, menetap, dan maladaptive, menyebabkan gangguan signifikan dalam fungsi sosial dan interpersonal, memerlukan diagnosis profesional oleh psikolog/psikiater, tidak dapat diukur hanya dengan kuesioner non-klinis, Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, keduanya belum secara eksplisit meneliti hubungan langsung antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial TikTok. Oleh karena itu, penelitian untuk mengisi celah tersebut dengan memfokuskan kajian pada mahasiswa, yang berada dalam fase perkembangan identitas diri dan sosial yang intens, serta menggunakan media sosial TikTok sebagai sarana utama dalam membangun citra dan eksistensi diri.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial?

- 1.2.2 Bagaimana arah hubungan antara tingkat harga diri dan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial.
- 1.3.2 Untuk mengetahui arah hubungan antara tingkat harga diri dan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian dapat dijadikan referensi menambah topik riset yang serupa atau berkaitan. Tidak hanya itu, penelitian ini dapat berkelanjutan supaya berdampak lebih luas.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi alat bantu mahasiswa untuk mengenali dan memahami tingkat harga diri yang dimilikinya serta potensi kecenderungan perilaku narsistik yang mungkin muncul.

b. Bagi Pemangku Kebijakan dalam Lembaga Pendidikan

Penelitian ini dapat menjadi arsip yang bernilai seperti dipertimbangkan oleh pihak kampus dalam menyusun program pembinaan kepribadian atau pelatihan pengembangan diri.

c. Bagi Praktisi Psikologi

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi awal dalam proses asesmen psikologis serta dasar dalam merancang intervensi yang berkaitan dengan masalah serupa.