

**HUBUNGAN ANTARA KECENDERUNGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL
DAN KECENDERUNGAN NARSISTIK TERHADAP PERILAKU SELFITIS
PADA REMAJA PEREMPUAN DI SMK X**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun Oleh:

Milatusakdiyah
(30702100127)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HUBUNGAN ANTARA KECENDERUNGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL DAN KECENDERUNGAN NARSISTIK TERHADAP PERILAKU SELFITIS PADA REMAJA PEREMPUAN DI SMK X

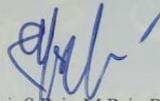
Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Milatusakdiyah
30702100127

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna
memenuhi sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal



Anisa Fitriani, S.Psi., M.Psi., Psikolog

11 Februari 2025

Semarang, 11 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung



Dede Joko Kuncoro., S.Psi., M.Psi
NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Hubungan antara Kecenderungan Kecanduan Media Sosial dan Kecenderungan Narsistik terhadap Perilaku Selfitis pada Remaja Perempuan di SMK X

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Milatusakdivah

30702100127

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 21 Februari 2025

Dewan Penguji

1. Dra. Rohmatun, M.Si., Psikolog
2. Ratna Supradewi, S.Psi., M.Si., Psikolog
3. Anisa Fitriani, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Tanda Tangan



Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Semarang, 21 Februari 2025

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



Dj. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIDN. 210799001

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Milatusakdiyah dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar Pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 13 Februari 2025

Yang menyatakan



Milatusakdiyah

MOTTO

“Ketahuilah bahwa kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kelengahan, perhiasan, dan saling bermegah-megahan di antara kamu serta berlomba-lomba dalam banyaknya harta dan anak keturunan. (Perumpamaannya adalah) seperti hujan yang tanamannya mengagumkan para petani, lalu mengering dan kamu lihat menguning, kemudian hancur. Di akhirat ada azab yang keras serta ampunan dari Allah dan keridaan-Nya. Kehidupan dunia (bagi orang-orang yang lengah) hanyalah kesenangan yang memperdaya.”

(QS. Al-Hadid ayat 20)

“Knowing yourself is the beginning of all wisdom.”

(Mengenal diri sendiri adalah awal dari segala kebijaksanaan.)

(Aristotles)

“I am not what happened to me, I am what I choose to become.”

“Saya bukanlah apa yang terjadi pada saya, saya adalah apa yang saya pilih.”

(Carl Gustav Jung)

“I'm not perfect, but my every step is proof that I'm trying to get better.”

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirraahim....

**Dengan izin dan rahmat Allah SWT, Saya dengan penuh rasa syukur
mempersembahkan karya ini kepada:**

Kedua orang tua saya yang tiada henti memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tulus. Kesabaran dan nasihat bijak yang mereka berikan menjadikan sumber motivasi yang tak ternilai bagi saya dalam menyelesaikan perjalanan Panjang ini. Ibu Anisa Fitriani., S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, arahan, koreksi, serta perhatian. Beliau senantiasa mendampingi dan memberikan dorongan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian karya ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih atas segala bentuk bantuan, dukungan, serta semangat yang telah diberikan. Teman-teman se-almamater Psikologi Unissula, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik ini. kebersamaan, serta dukungan dari kalian menjadikan penyemangat tersendiri dalam menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai kendala dan tantangan. Namun, berkat dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, semua kesulitan dapat teratasi. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan kemudahan dalam perizinan penelitian serta mendukung proses akademik di fakultas ini.
2. Ibu Anisa Fitriani, S.Psi., M. Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing skripsi, yang dengan sabar membimbing, memberikan kritik, saran, serta dorongan semangat sejak awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang telah diberikan.
3. Ibu Erni Agustina Setiowati, S.Psi., M.Psi, selaku dosen wali, yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang membangun selama perjalanan akademik penulis.
4. Bapak H. Fahrur Rozi Sriyatun, S.Ag., M.S.I., dan Ibu Istiqomah, S.Pd, selaku Kepala Sekolah dan Kepala Tata Usaha SMK X, yang dengan kelapangan hati telah memberikan izin serta mendukung proses penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.
5. Seluruh responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa kontribusi mereka, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Psikologi UNISSULA, yang telah membagikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan. Terima kasih atas dedikasi dan pengajaran yang diberikan.

7. Bapak dan Ibu staf Tata Usaha, Perpustakaan, serta seluruh karyawan Fakultas Psikologi UNISSULA, yang telah membantu dalam berbagai urusan administratif serta memberikan kemudahan dalam mengakses fasilitas akademik.
8. Kedua orang tua tercinta, yang tiada henti memberikan kasih sayang, motivasi, doa yang tulus, serta dukungan moril maupun materiil. Tanpa mereka, perjalanan akademik ini tidak akan dapat terselesaikan. Terima kasih atas pengorbanan dan cinta yang tanpa batas.
9. Para peneliti sebelumnya, yang telah menyusun penelitian dan teori-teori yang menjadi referensi serta mempermudah penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik: Bela Prihatin, Anisa Arum, Riezqy Rahayu, Rahma Tika, Qorry 'Ainal Muna, Ma'isyah Ailah dan Prahita Hesti, yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta bantuan baik secara moril maupun materiil kepada peneliti jika sedang mengalami kebingungan dan kegalauan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan keberkahan dan kebahagiaan dalam setiap langkah kalian.
11. Seluruh teman angkatan 2021 dan teman-teman kelas C, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik ini. Terima kasih atas kebersamaan.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT. Proses penulisan skripsi ini telah dikerjakan dengan sungguh-sungguh dan sebai-baiknya. semoga dengan keterbatasan penulisan ini penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang Psikologi dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Semarang, 13 Februari 2025

Milatusakdiyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Perilaku Selfitis	12
1. Pengertian Selfitis	12
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Selfitis	14
3. Aspek-Aspek Perilaku Selfitis	17
4. Dampak Positif dan Negatif Perilaku Selfitis.....	19
B. Kecanduan Media Sosial	20
1. Pengertian Kecenderungan Kecanduan Media Sosial.....	20
2. Atribut Kecenderungan Kecanduan Media Sosial	22
3. Aspek-Aspek Kecenderungan Kecanduan Media Sosial	25
4. Dampak Kecenderungan Kecanduan Media Sosial	28
C. Kecenderungan narsistik	29
1. Pengertian Narsistik	29
2. Aspek-aspek Kecenderungan Narsistik.....	31

D. Hubungan Antara Kecenderungan Kecanduan Media Sosial dan Kecenderungan Narsistik dengan Perilaku Selfitis	34
E. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Identifikasi Variabel.....	38
B. Definisi Operasional.....	38
C. Populasi, Sampel, dan Sampling	40
1. Populasi	40
2. Sampel.....	40
3. Sampling	40
D. Metode Pengumpulan	41
1. Skala Perilaku Selfitis	42
2. Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial	43
3. Skala Kecenderungan Narsistik.....	44
E. Uji Validitas, Uji Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas Aitem.....	45
1. Validitas.....	45
2. Uji Daya Beda Aitem	45
3. Reliabilitas.....	46
F. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Orientasi Kacah Dan Pelaksanaan Penelitian.....	47
1. Orientasi Kacah Penelitian	47
2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	48
3. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat ukur	52
B. Analisis Data dan Hasil Penelitian	54
1. Uji Asumsi.....	54
2. Uji Hipotesis.....	57
C. Deskripsi Hasil Penelitian	59
1. Deskripsi Data Skor Perilaku Selfitis	60
2. Deskripsi Data Skor Kecenderungan Kecanduan Media Sosial.....	61

3. Deskripsi Data Skor Kecenderungan Narsistik	63
D. Pembahasan	64
E. Kelemahan Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Siswa-siswai SMK X	40
Tabel 2. Blueprint Skala <i>Selfitis Behaviour Scale (SBS)</i>	43
Tabel 3. <i>The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)</i>	44
Tabel 4. <i>Narsistik Personality Inventory (NPI-16)</i>	44
Tabel 5. Agenda Penelitian.....	48
Tabel 6. Sebaran Aitem Skala <i>Selfitis Behaviour Scale (SBS)</i>	50
Tabel 7. Sebaran Aitem Skala <i>The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)</i>	50
Tabel 8. Sebaran Aitem Skala <i>Narcissism Personal Inventory (NPI-16)</i>	51
Tabel 9. Daya Beda Aitem Skala <i>Selfitis Behaviour Scale (SBS)</i>	53
Tabel 10. Sebaran Aitem baru	53
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 12. Hasil Uji Linearitas	56
Tabel 13. Kriteria Norma Kategorisasi	59
Tabel 14. Deskripsi Skor Skala Perilaku Selfitis	60
Tabel 15. Kategori Skala Perilaku Selfitis	61
Tabel 16. Deskripsi Skor Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial.....	62
Tabel 17. Kategori Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial.....	62
Tabel 18. Deskripsi Skor Skala Kecenderungan Narsistik.....	63
Tabel 19. Kategori Skala Kecenderungan Narsistik	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rentang Angka Skala Perilaku Selfitis.....	61
Gambar 2. Rentang Angka Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial	63
Gambar 3. Rentang Angka Skala Kecenderungan Narsistik.....	64



**HUBUNGAN ANTARA KECENDERUNGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL
DAN KECENDERUNGAN NARSISTIK TERHADAP PERILAKU
SELFITIS PADA REMAJA PEREMPUAN DI SMK X**

**Milatusakdiyah
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Email: milasdyh56@std.unissula.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik terhadap perilaku selfitis pada remaja perempuan di SMK X. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional dan studi populasi terhadap 58 siswi dengan *cluster random sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Pengumpulan data dilakukan menggunakan tiga skala yaitu *Selfitis Behavior Scale (SBS)*, *The Bergen Social Media Addiction (BSMA)*, dan *Narsistic Personality Inventory (NPI-16)*. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis $R = 0,435$, $F_{hitung} = 6,414$, $p = 0,003$ ($p < 0,05$) dengan kontribusi efektif sebesar 18,68%. Uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan perilaku selfitis $r_{x1y} = 0,434$, $p = 0,001$ ($p < 0,05$). Namun, uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kecenderungan narsistik tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku selfitis $r_{x2y} = -0,105$, $p = 0,437$ ($p > 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa kecenderungan kecanduan media sosial berperan lebih besar dalam mendorong perilaku selfitis dibandingkan dengan kecenderungan narsistik.

Kata Kunci: Selfitis, Kecenderungan Kecanduan Media Sosial, Narsistik

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE TENDENCY OF SOCIAL MEDIA ADDICTION AND NARSISSTIC TENDENCIES TOWARDS SELFITIS BEHAVIOR IN ADOLESCENT GIRLS AT SMK X

Milatusakdiyah
Faculty of Psychology
Sultan Agung Islamic University Semarang
Email: milasdyh56@std.unissula.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between the tendency of social media addiction and narsisstic tendencies towards selfitis behavior in adolescent girls at SMK X. This study uses quantitative methods whit a correlation approach and a population study of 58 female students with cluster random sampling as the sampling method. Data collection was conducted using three scales namely Selfitis Behaviour Scale (SBS), The Bergen Social Media Addiction (BSMA), and Narcisstic Personality Inventory (NPI-16). The results of multiple regression analysis showed a significant relationship between social media addiction and narsisstic tendencies whit selfitis behavior $R = 0.435$, $F_{count} = 6.414$, $p = 0.003$ ($p < 0.05$) with an effective contribution of 18.68%. The second hypothesis test shows that there is a significant positive relationship between the tendency of social media addiction and self-critical behavior $r_{x1y} = 0.434$, $p = 0.001$ ($p < 0.05$). However, the third hypothesis test shows that narcissistic tendencies do not have a significant relationship with selfish behavior $r_{x2y} = -0.105$ $p = 0,437$ ($p > 0.05$). These results indicate that social media addiction plays a greater role in encouraging selfish behavior than narcissistic tendencies.

Keywords: *Selfitis, Social Media Addiction, Narcissistic.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup yang mengalami perubahan terutama pada generasi muda yang berbeda dengan generasi sebelumnya, sebagai makhluk sosial manusia memiliki keinginan untuk berkelompok dan hadirnya sosial media yang menyediakan jaringan yang luas tanpa batas ruang dan waktu. Remaja akan lebih mudah untuk mengaktualisasikan kebutuhan dirinya dalam membangun citra diri dan identitas diri yang ingin dirinya tampilkan. Cara mengekspresikan dan mendokumentasikan peristiwa berharga juga mengalami perubahan seiring perkembangan zaman (Purnomo & Handayani, 2021). Berkembangnya dunia teknologi dan media sosial banyak sekali memunculkan kebiasaan-kebiasaan baru yang membawa banyak perubahan dalam tatanan kehidupan misalnya *selfie*. Beberapa dekade terakhir ini *selfie* sudah menjadi tren bagi semua kalangan terutama pada kalangan remaja. Remaja akan mengabadikan semua momen dan peristiwa yang dialami dirinya melalui sebuah foto yang diabadikan kemudian dibagikan dalam akun media sosial (Ananda dkk., 2017).

Mengambil *selfie* telah menjadi kebiasaan umum di berbagai tempat, semua orang sering mengambil foto dirinya sendiri untuk diposting di media sosial sebagai simbol identitas virtual, berharap mendapatkan pengakuan. Aktivitas ini, telah menjadi rutinitas harian jutaan orang dan bagian dari budaya global yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan untuk menampilkan diri (Kurniasari, 2017). Awal mula *selfie* dijadikan sebagai alternatif dalam mengeksplorasi diri dan identitas yang membuat seseorang dapat melihat sisi lain dalam dirinya. Perspektif seperti ini, merupakan sebagian kecil dari keseluruhan gambar. Biasanya *selfie* lebih fokus pada presentasi diri dan orientasi eksternal, serta kesan dalam *selfie* yang diposting di media sosial. Kebanyakan orang menggunakan foto *selfie* sebagai alat yang digunakan untuk mempresentasikan dirinya (Puthiyakath dkk., 2024). Beberapa orang merasa ketagihan mengambil foto *selfie* karena mendapatkan respons positif dari orang lain ketika foto tersebut diunggah terutama bagi orang yang memiliki banyak waktu luang (Risnasari dkk., 2022).

Foto yang ditampilkan oleh seseorang sering berbeda dengan kondisi yang sebenarnya dengan orang tersebut. Cara paling umum yang dilakukan pengguna untuk menampilkan diri secara selektif di media sosial adalah melalui pengambilan dan pengunggahan “*selfie*” (foto yang diambil oleh dan dari diri sendiri). Pengguna cenderung mengambil *selfie* dari sudut yang bagus, menggunakan pencahayaan yang terang, dan juga dapat mengedit foto mereka menggunakan koreksi warna, *retouching* kulit, dan bahkan *photo-shopping* untuk membuat bagian tubuh tampak lebih kurus (Anderson dkk., 2012).

Fenomena foto *selfie* bukan hanya menjadi topik yang menarik di kalangan masyarakat umum, namun juga menarik perhatian dari sejumlah ahli. Perhatian ini meningkat ketika situs web *Adobo Chronicles* mempublikasikan pernyataan bahwa *American Psychiatric Association (APA)* telah mengklasifikasikan pernyataan bahwa selfitis atau kebiasaan obsesif dan kompulsif mengambil foto *selfie* sebagai gangguan mental (Vincent, 2014). Berita tersebut kemudian terungkap sebagai hoax setelah APA menyatakan bahwa selfitis tidak termasuk dalam kategori gangguan mental dalam DSM-V (Hidayat dan Harahap, 2023). *Social Daily News* merilis berita menurut APA, mengambil foto *selfie* secara berlebihan merupakan sebuah gangguan mental yang kemungkinan besar individu tersebut telah menderita gangguan mental dan tidak menyadari (Dhillon, 2019). Perilaku selfitis juga dapat berdampak buruk dan yang paling mengerikan dapat menyebabkan kematian. Seseorang akan melakukan segalanya agar terlihat sempurna dan unik, seseorang sering kali mengabaikan kondisi disekitar dan bahkan nekat mengambil foto *selfie* di tempat-tempat yang berbahaya. Data menunjukkan bahwa antara tahun 2011 hingga 2017 sebanyak 259 kecelakaan yang dilaporkan akibat kematian yang tidak disengaja saat seseorang sedang melakukan foto *selfie*. Negara dengan angka kematian tertinggi adalah India, diikuti oleh Rusia, Amerika Serikat, dan Pakistan. Penyebab utama dari kecelakaan tersebut meliputi tenggelam, tertabrak kendaraan, atau terjatuh dari ketinggian saat sedang mengambil foto *selfie* (Bansal dkk., 2018)

Beberapa kasus *selfie* di Indonesia yang telah di temukan salah satunya adalah seorang perempuan yang tertabrak kereta api di Bandung, Jawa Barat saat sedang berfoto di rel kereta. Kejadian ini telah dikonfirmasi oleh PT Kereta Api Indonesia

dengan korban meninggal ketika dilarikan dalam perjalanan ke rumah sakit. PT KAI mengingatkan masyarakat untuk tidak beraktivitas di rel kereta api karena berbahaya dan melanggar hukum, dengan potensi sanksi pidana atau denda (Bramasta bayu, 2021). Terdapat kasus lain bahwa *selfie* dapat menyebabkan kematian bagi seseorang contohnya dalam kasus Nanda Krisdianto yang berusia 19 tahun warga Nganut, Tulungagung yang ditemukan mengapung sekitar satu mil dari lokasi awal. Nanda dilaporkan hilang tersapu ombak pada 12 Oktober 2023 setelah tersapu ombak besar ketika berfoto di atas tebing batu setinggi 15meter Pantai Sanggar, Tulungagung, Jawa Timur. Nanda pertama kali ditemukan oleh nelayan setempat kemudian melaporkannya ke posko pencarian Pantai Sanggar (Widodo, 2023). Berdasarkan kasus-kasus di atas terjadi karena para pelaku yang terobsesi untuk menggunggah *selfie* yang menampilkan gambar terbaik dari dirinya di media sosial yang bertujuan untuk memperoleh pujian dan komentar positif dari orang lain. Obsesi ini muncul berasal dari perasan individu yang menganggap dirinya lebih unggul dari orang lain dan dirinya berkeinginan untuk dikagumi orang lain.

Hasil wawancara peneliti dengan beberapa siswi SMK X dengan Inisial QA mengatakan:

“Wah, saya sering banget selfie kak, dalam sehari bisa sampai 7-8 kali. Saya bisa selfie kapan saja kak nggak perlu momen khusus, soalnya aku suka selfie kak, biar kelihatan keren gitu kalo di upload di media sosial. Setelah itu aku Sering banget cek media sosial, Rasanya kayak nggak bisa jauh dari handphone, terus kalau dapat like atau komentar positif, aku jadi bahagia dan makin semangat buat spam story di second account”

Hasil wawancara subjek kedua yang berinisial AS:

“Aku sering selfie kak, satu hari bisa 3-4 kali. Biasanya biar orang yang liat itu tertarik, kak. Aku sering upload selfie di media sosial seperti WhatsApp. Setelah upload, aku bakal sering cek terus siapa aja yang liat. Kadang aku juga berharap ada yang like atau komentar positif. Kalau ada, aku senang banget, rasanya jadi tambah pede foto aku bagus. Tapi kalau nggak ada, aku suka hapus fotonya dan coba selfie lagi.”

Hasil wawancara subjek ketiga yang berinisial DM:

“Saya jarang selfie, kak. Tapi kalau ada momen penting seperti kumpul keluarga, saya suka ambil foto dan upload di WhatsApp atau Instagram, tapi aku juga tidak terlalu berharap banyak sama uploadan fotoku kak. kalau dapat komentar positif, aku senang dan lebih percaya diri. Kadang itu juga memotivasi saya untuk upload foto lagi. Kalau

ada komentar negatif, aku anggap itu sebagai masukan aja untuk memperbaiki diri.”

Hasil wawancara menunjukkan bahwa subjek memiliki perilaku selfitis yang tinggi serta dapat dilihat juga perilaku selfitis dapat dipengaruhi oleh keterikatan pada media sosial dan kebutuhan akan validasi sosial. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut dengan tujuan untuk melihat sejauh mana kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dapat mempengaruhi perilaku selfitis pada remaja perempuan.

Hasil foto yang menarik dapat meningkatkan rasa percaya diri seseorang, Tersedianya berbagai filter dapat dengan mudah menciptakan tampilan diri yang lebih ideal dalam foto. sementara jumlah *like* dan komentar yang diterima dapat memberikan perasaan bahagia. Proses ini memicu pelepasan dopamine dari otak, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kecanduan. Seseorang yang mengalami selfitis biasanya berusaha untuk memperbaiki rasa percaya diri, mencari perhatian, meningkatkan suasana hati, menciptakan kenangan, menyesuaikan diri dengan kelompok sosial, serta menunjukkan jiwa kompetitif dalam diri (Risnasari dkk., 2022).

Trend *selfie* tidak lepas dari perkembangan teknologi yang begitu cepat dalam beberapa tahun terakhir membuat pengguna media sosial mengalami peningkatan yang begitu pesat. Banyak platform media sosial yang berorientasi visual, seperti tiktok, Instagram dan snapchat dalam platform media sosial ini menekankan pada interaksi dengan gambar (Oosten dkk., 2023). Media sosial merupakan seprangkat aplikasi berbasis internet yang membangun landasan teknologi dan memungkinkan pertukaran informasi. Banyak orang bertukar ide, perasaan, informasi pribadi, gambar dan video melalui penggunaan platform media sosial. Media sosial mendorong pertukaran ide secara terus menerus dan bebas. Media sosial selalu menampilkan satu sisi dari kehidupan seseorang (Barfi dkk., 2021). Media sosial akan sangat cocok dengan generasi muda yang gaya hidupnya saat ini ingin dapat melakukan apa saja yang diinginkan tetapi tidak dapat dilakukan dalam kehidupan nyata. Media sosial memuat tempat dimana pecinta selfie atau fotografi bermula yang kemudian berkembang hingga di kalangan remaja dan menjadikan itu sebagai

hobi yang kemudian menjadikan suatu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Remaja akan lebih sering mengambil foto dirinya agar dapat mengunggah gambar dalam cerita di media sosial yang dimilikinya trend seperti ini akan lebih cenderung menjadi gaya hidup bagi seorang remaja (Ananda dkk., 2017).

Menurut data dari Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022 berdasarkan hasil survei Susenas 2022, mencatat terdapat 64,48% dari penduduk Indonesia menggunakan internet pada tahun 2022. Penggunaan internet pada tahun 2022 ini mengalami peningkatan sebesar 2,38% dari 62,10% pada tahun 2021. Peningkatan ini mencerminkan bahwa terbukanya akses informasi dan penerimaan dari masyarakat terhadap perkembangan teknologi serta perubahan masyarakat yang berbasis informasi. Jumlah pengguna internet yang tinggi di Indonesia didorong oleh perkembangan pesat dari telepon seluler. Tahun 2022 telah tercatat sekitar 67,88% penduduk Indonesia memiliki telepon seluler, yang awalnya pada tahun 2021 hanya sekitar 65,87% (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022).

Data dalam laporan Napoleon Cat pada Mei 2021 mencatat bahwa mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, yaitu 52,6%, sementara laki-laki mencakup 47,4%. Dalam kelompok usia 18-24 tahun, jumlah pengguna perempuan mencapai 19,3%, lebih tinggi dibandingkan laki-laki yang sebesar 17%. Pada rentang usia 25-34 tahun, proporsi pengguna dari kedua gender seimbang, masing-masing 15,9%. Sementara itu, di kelompok usia 13-17 tahun, perempuan mendominasi dengan 7,7%, sedangkan laki-laki hanya 5,2%. Kelompok usia 35-44 tahun, perempuan juga lebih banyak dengan 6% dibandingkan laki-laki yang mencapai 5,6%. Tren serupa terlihat pada usia 45-54 tahun, di mana perempuan mencakup 2,4% dan laki-laki 2,2%. Total keseluruhan pengguna Instagram di Indonesia pada Mei 2021 mencapai 88,22 juta, mengalami kenaikan 0,47% dari bulan sebelumnya (Annur., 2021).

Perilaku selfitis dapat disebabkan oleh beberapa faktor, menurut (Charoensukmongkol, 2016) perilaku selfitis dapat dipengaruhi oleh kecenderungan kecanduan media sosial yang dimana Intensitas penggunaan media sosial berperan dalam perilaku selfitis. Seseorang yang aktif di media sosial akan lebih mungkin untuk mengambil dan membagikan *selfie* sebagai cara untuk

berinteraksi dan mendapatkan umpan balik dari orang lain. Selain itu juga dapat dipengaruhi oleh kecenderungan narsistik, Seseorang yang memiliki sikap narsisme akan cenderung berpenampilan dan menghias dirinya secara berlebihan agar memperoleh perhatian dari orang lain. Orang dengan kepribadian ini akan lebih menikmati pengambilan foto selfie dengan melakukan selfie dirinya memperoleh kendali yang utuh terhadap penampilan dirinya sendiri.

Perkembangan teknologi ini juga meningkatkan penggunaan media sosial di kalangan remaja. Media sosial dan ponsel pintar bagi kehidupan remaja merupakan hal yang sangat penting (Choukas dkk., 2022). Aktivitas media sosial mungkin berdampak pada pesan yang ingin disampaikan. Remaja perempuan menjadi salah satu kelompok yang paling mudah terpengaruhi oleh aktivitas media sosial dengan tuntutan untuk menampilkan diri seperti apa yang dilihat dalam platform media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok* dan *snapchat*. Lingkungan yang serba visual sering kali disusun berdasarkan pada apa yang ditampilkan dalam media sosial dan bagaimana citra diri dipresentasikan secara visual (Oosten dkk., 2023). Jejaring sosial online sejauh ini dianggap sebagai perilaku modern sedangkan untuk perilaku jejaring sosial online yang berlebihan belum lama ini dianggap sebagai kecanduan perilaku.

Kecenderungan kecanduan media sosial merupakan suatu gangguan psikologis yang digambarkan sebagai kondisi dimana seseorang sangat tertarik terhadap media sosial dengan rasa ingin tahu yang besar, kontrol diri yang lemah dan kurangnya aktivitas yang tidak produktif dalam kehidupan sehari-hari sehingga membuat seseorang akan menghabiskan banyak waktunya untuk mengakses media sosial. Kecenderungan kecanduan media sosial dapat dipandang sebagai salah satu bentuk kecanduan internet, dimana individu menunjukkan dorongan untuk menggunakan media sosial berlebihan. Seseorang dengan kecenderungan kecanduan media sosial sering kali terlalu khawatir terhadap media sosial dan didorong oleh dorongan yang tidak terkendali untuk masuk dan menggunakan media sosial (Hou dkk., 2019). Seseorang yang menggunakan internet 40 sampai 80 jam perminggu dapat dikategorikan memiliki kecenderungan media sosial. Penggunaan media sosial yang intens akan terus menggunakan media sosial secara

kompulsif meskipun menggunakan media sosial dapat menimbulkan konsekuensi yang tidak diinginkan seperti berkurangnya waktu untuk tidur dan beristirahat (Dailey dkk., 2020).

Keunggulan media sosial dalam hal ini terjadi ketika orang-orang menikmati hidup dalam satu kondisi. Salah satu alasan utama mengapa media sosial semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, yang mengakibatkan terciptanya berbagai jenis situs jejaring sosial yang tak terhitung jumlahnya. Orang-orang menunjukkan versi terbaik dari dirinya di media sosial (Hitaishi, 2022). Media memberikan peran penting dalam membentuk sikap remaja terhadap bentuk tubuh remaja terutama pada remaja perempuan, ini akan meningkatkan rasa malu terhadap tubuh. Perubahan budaya yang didorong oleh teknologi akan berdampak pada perkembangan individu (Salomon & Brown, 2019). Pembentukan identitas remaja merupakan tugas utama dari perkembangan dimana dalam fase perkembangan ini remaja sedang berada pada masa dimana remaja sedang sibuk mempertanyakan siapa dirinya yang sebenarnya, peran apa yang dirinya inginkan, dan ingin seperti apa dirinya kedepan. Generasi muda saat ini sangat terlihat kesulitan dalam pembentukan identitas dan menjadi masalah yang sudah umum terjadi (Dorčić dkk., 2023). Masa remaja awal merupakan periode perubahan perkembangan besar yang mencakup dimensi fisik, psikologis, dan sosial seorang individu. Masa remaja awal ditandai dengan meningkatnya pentingnya teman sebaya dan pentingnya penampilan fisik terhadap harga diri semua kecenderungan normatif perkembangan ini dapat meningkatkan kerentanan remaja terhadap kesehatan fisik dan mental (Salomon & Brown, 2019).

Penelitian Mills (2018) media sosial merupakan platform bagi seseorang untuk dapat menampilkan dirinya secara selektif dan memodifikasi foto dirinya yang sering tidak menggambarkan penampilan fisik dirinya yang sebenarnya. Penelitian ini menyelidiki hubungan antara aktivitas media sosial, khususnya dalam pengambilan foto dan unggahan foto *selfie* terhadap kesehatan mental. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa subjek penelitian yang mengambil dan mengunggah *selfie* baik dengan menggunakan *retouching* atau tidak menggunakan *retouching*, dirinya melaporkan subjek mengalami peningkatan kecemasan,

penurunan kepercayaan diri, dan perasaan kurang menarik secara fisik. Efek negatif ini muncul meskipun subjek diberikan kesempatan untuk mengedit *selfie* dirinya sebelum diunggah. Penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas ini dapat menyebabkan dampak psikologis yang dapat merugikan pada remaja perempuan (Mills dkk., 2018).

Seseorang yang memposting foto dirinya sendiri, kemungkinan besar seseorang akan memikirkan dirinya sendiri dari sudut pandang orang yang mungkin melihat foto tersebut. Oleh karena itu, tindakan mengambil dan memposting foto diri sendiri di media sosial memperkuat fokus pada tubuh sebagai objek untuk dilihat orang lain (Choukas dkk., 2022). Sudut pandang psikologis sendiri, pengambilan foto *selfie* merupakan tindakan yang orientasi dirinya yang mungkin pengguna untuk menunjukkan individualitas dan kepentingan dirinya, dan juga ini dapat dikaitkan dengan ciri-ciri kepribadian yang narsis (Balakrishnan & Griffiths, 2018a).

Kecenderungan narsistik adalah suatu kondisi yang patologis yang ditandai dengan perasaan bahwa dirinya sangat bernilai, memiliki tingkat keberhasilan yang luar biasa, selalu merasa dirinya istimewa dan berbeda, dan kurang memiliki empati terhadap orang lain serta biasanya orang-orang dengan kepribadian seperti ini akan bersikap sombong (Luvy & Rachmah, 2017). Narsisme berarti ketika seseorang memiliki kekaguman yang berlebihan terhadap dirinya sendiri dan penampilan fisiknya. Orang yang narsis akan lebih suka menunjukkan dirinya kepada orang lain untuk memenuhi kebutuhan yang tinggi untuk dikagumi dan diakui oleh orang lain dan akan cenderung memiliki empati yang rendah. Orang yang narsis akan lebih memungkinkan untuk menunjukkan kemampuan dirinya di media sosial untuk mengendalikan presentasi dirinya yang harus dipenuhi melalui kekaguman orang lain terhadap dirinya melalui media sosial. Orang dengan kepribadian ini akan berusaha menampilkan dirinya lebih baik dari orang lain dengan cara mengedit foto agar tampilan dirinya terlihat lebih baik dari pada kondisi yang sebenarnya (Kurniasari, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Boursier (2020) berjudul "*selfie engagement on social media: pathological narcissism, positive expectation. And body*

objectification-which is more influential?” menggunakan 570 partisipan. Penelitian ini menemukan adanya keterlibatan dalam perilaku *selfie* seperti mengedit, dan mengambil foto dapat dipengaruhi oleh tingkat narsisme seseorang. *Selfie* biasanya digunakan untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri seseorang dengan mempromosikan diri melalui media sosial kemudian mendapatkan validasi sosial yang didapatkan melalui *like* dan komentar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan positif antara perilaku *selfie*, narsisme dan kecenderungan kecanduan media sosial. Perilaku *selfie* pada wanita lebih banyak dipengaruhi oleh tekanan untuk selalu terlihat menarik dengan hasil 32% varian pada perempuan dan 27% pada laki-laki. Wanita cenderung akan lebih terlibat dengan tampilan yang lebih baik sehingga wanita akan selalu menciptakan citra diri yang ideal. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa *selfie* bukan hanya bentuk untuk mengekspresikan diri, tetapi juga bisa menjadi kebiasaan dan kebutuhan akan perhatian dan penghargaan yang menimbulkan seseorang akan cenderung kecenderungan kecanduan media sosial (Boursier dkk., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Purnomo dan Handayani (2021) yang berjudul “fenomena foto *selfie* dan media sosial instagram (studi deskriptif kualitatif mengenai fenomena *selfie* di media sosial instagram di kalangan pegawai gramedia hartono mall solo baru)” meneliti hubungan antara perilaku *selfie*, kecenderungan narsistik, dan penggunaan media sosial Instagram. Peneliti menemukan bahwa *selfie* merupakan sarana untuk mengekspresikan diri tetapi juga dikaitkan dengan sifat narsistik. Pelaku *selfie* sering berusaha untuk menampilkan penampilan yang terbaik dari dirinya untuk mendapatkan perhatian dan validasi yang berupa *like* atau komentar dari pengguna media sosial lainnya. Pelaku *selfie* akan dilakukan secara berulang yang dapat menyebabkan kecanduan yang dapat terjadi melalui penggunaan *Instagram* sebagai alat untuk membangun citra diri. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa individu melakukan *selfie* seringkali memiliki motivasi untuk menampilkan citra diri yang positif dan menarik perhatian orang lain. Peneliti juga menemukan beberapa alasan utama pelaku *selfie* meliputi keinginan untuk menghilangkan kebosanan, mencari hiburan, dan mendapatkan pengakuan sosial. Penelitian ini menunjukkan perilaku *selfie* bukan hanya sasaran ekspresi diri, tetapi

juga dapat berkontribusi pada pola pikir seseorang yang akan terpengaruh untuk memenuhi kebutuhan akan pengakuan diri (Purnomo & Handayani, 2021).

SMK X merupakan sekolah swasta yang terletak cukup jauh dari kota. Penelitian ini akan dilakukan penulis untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan kecenderungan narsistik terhadap perilaku selfitis pada siswi SMK X. Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya karena subjek yang akan digunakan peneliti dan tempat subjek berbeda, karena subjek yang digunakan adalah siswi SMK X dan tempat penelitian ini akan dilaksanakan di lingkungan SMK X. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari beberapa siswi SMK X, *selfie* sering sekali dilakukan di lingkungan sekolah dan kemudian akan di unggah dalam akun media sosial masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku selfitis cukup umum terjadi di kalangan siswi SMK X. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik tentang hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial, narsisme terhadap perilaku selfitis pada siswi SMK X.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik terhadap perilaku selfitis pada remaja perempuan di SMK X

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan kecanduan sosial media dan kecenderungan narsistik terhadap perilaku selfitis remaja perempuan di SMK X.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi dan masukan terhadap disiplin Ilmu Psikologi, khususnya pada bidang Psikologi Perkembangan dan Psikologi Sosial.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mengenai kecenderungan kecanduan media sosial dengan kecenderungan narsistik dan perilaku selfitis.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran remaja perempuan dari dampak kecenderungan kecanduan media sosial, perilaku narsistik terhadap perilaku selfitis.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku Selfitis

1. Pengertian Selfitis

Perkembangan media sosial yang mendunia terdapat kebiasaan-kebiasaan baru yang bernama *selfie*. Menurut Ananda (2017) *selfie* merupakan kegiatan pengambilan gambar yang dilakukan oleh diri sendiri tanpa bantuan orang lain. Gambar yang telah di foto akan di cetak dan dibuat sebagai album foto. Sedangkan dengan perkembangan zaman sekarang gambar yang di foto tidak lagi dimasukkan kedalam album foto lagi melainkan akan di unggah di akun media sosial orang tersebut, seperti di akun *Instagram, facebook, tiktok* ataupun di dalam akun *twitter* (Ananda dkk., 2017). Menurut Mills (2018) *selfie* adalah foto yang diambil sendiri sebagai bentuk untuk mempresentasikan diri sendiri yang terlihat umum di media sosial. Pengambilan gambar dan mengunggah foto *selfie* baik dilakukan dengan menggunakan *retouching* maupun tidak menggunakan *retouching* (Mills dkk., 2018).

Selfie pada remaja sekarang lebih cenderung berfokus kepada media hiburan seperti media sosial, terutama dikalangan remaja di Indonesia. Menurut Ismanto (2019) *selfie* dapat diartikan sebagai foto diri yang diambil menggunakan kamera depan *smartphone* dan kemudian dibagikan media sosial. Istilah *selfie* sendiri pertama kali muncul pada tahun 1524 ketika Parmigianino melukis potret dirinya menggunakan cermin cembung, yang kemudia menjadi awal dari praktik foto diri seperti yang dikenal saat ini sebagai foto *selfie* (Ismanto, 2019).

Foto *selfie* awalnya dilakukan untuk mengabadikan momen atau acara yang penting dalam kehidupan seseorang. Perilaku ini seiring berjalannya waktu berkembang menjadi tren yang kemudian berubah menjadi bagian gaya hidup dalam kalangan remaja (Ramadhan dkk., 2017). Perilaku ini dapat dikaitkan dengan fenomena selfitis, yaitu kecenderungan obsesif untuk terus menerus mengambil foto *selfie* dan membagikannya di

media sosial sebagai bentuk validasi diri. Perilaku seperti ini akan mendorong seseorang untuk mendokumentasikan hampir semua aktivitas sehari-hari yang dimulai dari sebelum tidur, setelah bangun tidur, belajar, berkumpul bersama teman, berolahraga, atau dalam kondisi apapun *selfie* sering dilakukan dan terlihat seperti kewajiban (Ananda dkk., 2017). Pola perilaku seperti ini mencerminkan ciri khas dari perilaku selfitis, dimana seseorang akan mencari pengakuan, perhatian, atau bahkan meningkatkan harga diri melalui foto-foto yang diunggah.

Perilaku selfitis menurut Balakrishnan dan Griffiths (2018) “keinginan obsesif kompulsif untuk mengambil foto diri sendiri dan mempostingnya di media sosial sebagai cara untuk menutupi kurangnya harga diri dan untuk mengisi kesenjangan dalam keintiman”. Dalam perilaku *selfie* terbagi menjadi tiga tingkatan kelainan 1) ambang batas dimana seseorang dapat mengambil gambar dirinya setidaknya tiga kali sehari namun tidak mengunggahnya di media sosial. 2) akut yang dalam tingkatan ini seseorang dapat mengambil gambar dirinya setidaknya tiga kali dalam sehari dan kemudian mengunggahnya ke dalam media sosial. 3) kronis, pada tingkatan kronis seseorang memiliki dorongan yang tidak terkendali dalam mengambil gambar dirinya sendiri sepanjang waktu dan mengunggahnya di media sosial lebih dari enam kali sehari (Balakrishnan & Griffiths, 2018).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, perilaku selfitis adalah kegiatan pengambilan gambar yang secara obsesif yang ditandai dengan keinginan yang berlebihan untuk mengambil foto *selfie* dan mengunggahnya. Perilaku selfitis digunakan untuk mempresentasikan dirinya sendiri di media sosial baik menggunakan *retouching* atau tidak menggunakan *retouching* untuk menutupi kekurangan dalam diri seseorang. Selfitis juga mencerminkan dorongan untuk mencari perhatian, pengakuan, atau penerimaan sosial yang menjadi landasan utama perilaku ini. Selfitis memiliki tiga tingkatan yaitu ambang batas, akut, dan kronis.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Selfitis

Seseorang biasanya akan mudah termotivasi untuk mengambil foto *selfie* karena berbagai alasan. Alasan yang paling utama, karena orang biasanya mengambil *selfie* dan memposting foto di media sosial bertujuan untuk mengesankan orang lain. Menurut Charoensukmongkol (2016) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku selfitis diantaranya sebagai berikut:

1. Narsisme

Narsisme yang diartikan sebagai rasa kagum terhadap diri sendiri ditandai dengan kecenderungan pada ide-ide yang berlebihan dan menampilkan dirinya pada kepercayaan diri yang berlebihan dan cenderung kurang memiliki empati terhadap orang lain. Seseorang yang memiliki sikap narsisme akan cenderung berpenampilan dan menghias dirinya secara berlebihan agar memperoleh perhatian dari orang lain. Orang dengan kepribadian ini akan lebih menikmati pengambilan foto *selfie* dengan melakukan *selfie* dirinya memperoleh kendali yang utuh terhadap penampilan dirinya sendiri.

2. Perilaku mencuri perhatian

Perilaku dalam mencuri perhatian kaitannya erat sekali dengan sifat yang narsistik. Seseorang akan berperilaku dan bertindak dengan maksud untuk mendapatkan perhatian dari orang lain kaitannya dengan sifat narsistik sendiri adalah biasanya seorang yang narsis akan mudah termotivasi untuk melakukan segala hal untuk mendapatkan kekaguman dan perhatian orang lain untuk mempertahankan pandangan dirinya yang terlalu berlebihan.

3. Perilaku egois

Seorang dengan perilaku egois ini akan lebih cenderung hanya peduli terhadap kepentingan dirinya daripada kepentingan orang lain. Orang dengan sikap egois seperti ini juga akan cenderung kurang memiliki sikap empati terhadap orang lain karena dirinya hanya akan fokus terhadap keutuhan dan keinginannya sendiri tanpa memedulikan

orang disekitarnya. Seseorang yang rutin dalam mengunggah foto *selfie* di media sosial akan lebih terlihat memiliki kurangnya empati terhadap dirinya dikarenakan dirinya hanya mementingkan penampilannya di gambar dan hanya ingin dipedulikan oleh orang lain melalui unggahan gambarnya di media sosial.

4. Gender

Beberapa kados menyebutkan bahwa jenis kelamin dapat mempengaruhi, terdapat beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa perempuan cenderung akan lebih banyak melakukan *selfie* daripada laki-laki.

5. Kesepian

Kesepian merupakan karakteristik yang terikat dengan perilaku *selfie*. Seorang yang sedang mengalami kesepian dirinya akan lebih menyukai ketika ada orang lain yang dapat mengurangi rasa kesepian yang sedang dihadapinya melalui umpan balik yang diberikan oleh orang lain dari unggahan akun media sosialnya. Orang-orang juga akan lebih menikmati *selfie* ketika dirinya sedang merasa kesepian untuk mengisi waktu luang yang dimilikinya.

6. Pengaruh media sosial

Intensitas penggunaan media sosial juga berperan dalam perilaku selfitis. Seseorang yang aktif di media sosial akan lebih mungkin untuk mengambil dan membagikan *selfie* sebagai cara untuk berinteraksi dan mendapatkan umpan balik dari orang lain.

7. Keramahan

Seseorang yang mudah menjalin hubungan sosial dengan orang lain atau sering disebut ramah akan cenderung memiliki lebih banyak menjalin hubungan melalui jejaring sosial, sehingga menjadi pendorong bagi seseorang untuk mengambil *selfie* dalam jumlah yang lebih banyak dibandingkan dengan orang lain.

Menurut penelitian Lin (2020) terdapat enam faktor yang dapat mempengaruhi perilaku selfitis seseorang yang meliputi;

1. *Narsisme*

Seseorang yang memiliki sifat narsistik akan lebih cenderung sering mengambil dan memosting foto *selfie* dirinya.

2. *Social media influence*

Pengaruh media sosial yang kuat seseorang akan merasa terdorong untuk membagikan foto dirinya untuk mendapatkan pengakuan dan validasi dari orang lain.

3. *Peer pressure*

Tekanan dari teman sebaya untuk berpartisipasi dalam budaya *selfie*, yang dapat meningkatkan frekuensi pengambilan *selfie*. Fenomena ini sering terjadi dikalangan remaja dan dewasa.

4. *Low self-esteem*

Seseorang dengan harga diri yang rendah memungkinkan menggunakan *selfie* sebagai cara untuk mencari validasi dan pengakuan dari orang lain untuk memperkuat perilaku selfitisnya.

5. *Escapism*

Penggunaan *selfie* sebagai cara untuk melarikan diri dari masalah dan stress dalam kehidupan sehari-hari yang dapat menjadi faktor pendorong perilaku selfitis.

Menurut penelitian Dhillon (2019) terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi perilaku selfitis yang meliputi:

1. Narsistik

Seseorang dengan tingkat narsistik yang tinggi akan cenderung memiliki perilaku selfitis, dengan cara mengambil dan mengunggah lebih banyak foto maka seseorang dengan kecenderungan narsistik dapat mengatasi kekurangan harga diri dan dapat mengisi kekosongan dalam hubungan sosial.

2. Jenis kelamin

Perempuan akan memiliki kecenderungan yang lebih dalam kecenderungan narsistik dan perilaku selfitis dibandingkan dengan laki-

laki pada usia remaja. Namun akan mengalami pergeseran ketika memasuki usia dewasa muda.

3. Usia

Tahapan perkembangan antara perempuan dan laki-laki yang berbeda membuat pertumbuhan emosional yang berbeda. Laki-laki akan menunjukkan peningkatan kecenderungan narsistik dan perilaku selfitis seiring bertambahnya usia, berbeda dengan perempuan akan menunjukkan penurunan kecenderungan narsistik dan selfitis ketika bertambahnya usia.

4. Pengaruh media sosial

Penggunaan media sosial yang tinggi akan dapat memperkuat perilaku selfitis dikarenakan seseorang akan selalu merasa terdorong untuk selalu berbagi pengalaman dirinya melalui gambar dan kemudian membagikannya melalui akun media sosial.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku selfitis meliputi berbagai faktor psikologis dan sosial. Narsisme menjadi faktor utama, dimana sifat narsistik akan mengambil selfie untuk mendapatkan perhatian dan validasi. Tekanan teman sebaya dan pengaruh media sosial juga dapat memperkuat pengambilan *selfie*. Faktor lain termasuk egoism, harga diri rendah, kesepian, serta *escapism* yang dapat menjadikan selfie sebagai pelarian. Gender dan usia juga menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku selfitis, dimana perempuan lebih cenderung terlibat dibandingkan laki-laki.

3. Aspek-Aspek Perilaku Selfitis

Belakrishnan dan Griffiths (2018) mengidentifikasi terdapat enam aspek perilaku selfitis meliputi:

1. Peningkatan lingkungan

Peningkatan lingkungan dengan mengambil foto *selfie* terkait dengan perasaan menyenangkan, ekspresi diri, kenangan, dan penghargaan. *Selfie* dapat menciptakan kenangan yang lebih baik dan membuat individu merasa lebih terhubung dengan lingkungan untuk menonjolkan pentingnya lokasi atau peristiwa tertentu.

2. Persaingan sosial

Individu-individu yang cenderung memiliki perilaku selfitis akan lebih sering menggunakan cara yang kreatif dengan cara terlibat secara online untuk memenuhi kebutuhan persaingan sosial dirinya.

3. Pencarian perhatian

Pencari perhatian merupakan komponen yang penting dari narsisme, dan narsis. Individu dengan ini sering melakukan tindakan untuk mendapatkan perhatian. Media sosial adalah salah satu cara yang tepat untuk mendapatkan perhatian, dan perilaku *selfie* sering sekali dikaitkan dan diikuti dengan pengunggahan di media sosial dengan tujuan mencari validasi melalui like dan komentar.

4. Modifikasi suasana hati

Modifikasi suasana hati adalah pengalaman subjektif dari aktivitas tertentu yang membuat orang merasa lebih baik. Modifikasi suasana hati adalah faktor penting dalam memperkuat perilaku pecandu dan yang tidak pecandu. *Selfie* merupakan salah satu perilaku dimana individu dapat meningkatkan kesejahteraan emosional dari seseorang

5. Kepercayaan diri

Kepercayaan diri yang rendah dapat memicu perilaku dan kecanduan yang berlebihan. Kepercayaan diri memiliki lokus internal yang dapat meningkatkan kepercayaan diri. Mengambil foto *selfie* dapat meningkatkan persepsi dan keyakinan dari pengambilnya. Teknologi memungkinkan peningkatan aspek visual *selfie* melalui aplikasi pengedit, mendekati individu dalam diri idealnya melalui *selfie* yang sempurna.

6. Konformitas subjektif

Konformitas subjektif merupakan suatu bentuk kewajiban konformitas sosial yang berbeda-beda untuk setiap kelompok referensi. *Selfie* dapat menjadi salah satu cara untuk mendapatkan penerimaan sosial. Semua platform media sosial memfasilitasi pembuatan grup dan mengusulkan sesuatu untuk diikuti. Konformitas memiliki peran penting

dalam memancing perilaku kecanduan, karena sebagian besar orang akan mencoba untuk mengubah perilaku dirinya untuk kesesuaian sosial.

Berdasarkan aspek-aspek yang sudah dijelaskan dengan ini perilaku selfitis merupakan fenomena yang kompleks yang dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti peningkatan lingkungan, pencarian perhatian, narsistik, konformitas sosial, modifikasi suasana hati. Aspek-aspek ini memberikan wawasan yang baru tentang motivasi di balik perilaku selfitis yang menunjukkan bahwa *selfie* bukan hanya sekedar ekspresi diri, tetapi juga merupakan alat untuk mendapatkan validasi dan penerimaan dalam lingkungan sosial.

4. Dampak Positif dan Negatif Perilaku Selfitis

Dampak dari *selfie* dalam penelitian menurut Balakrishnan dan Griffiths (2018) dapat meliputi beberapa aspek psikososial dan kesehatan fisik yang sering dikaitkan dengan harga diri dan narsisme. Orang yang cenderung sering mengambil *selfie* akan lebih cenderung memiliki keinginan untuk mendapatkan persetujuan dan perhatian dari orang lain, yang bisa memperburuk perasaan tidak aman dan semakin memperkuat kecenderungan narsistik. Kesepian dan depresi juga memiliki ikatan yang cukup kuat dengan kecenderungan *selfie*. Ketergantungan yang timbul akibat umpan balik yang positif dari media sosial dapat menyebabkan ketidak stabilan emosional ketika umpan balik tersebut tidak sesuai dengan harapan. Selfitis sendiri adalah pengambilan *selfie* obsesif yang dapat membuat seseorang menjadikan itu sebuah kebutuhan dan dapat menunjukkan seperti gejala perilaku yang hampir sama dengan kecanduan (Balakrishnan & Griffiths, 2018b).

Perilaku selfitis selain memiliki dampak negatif tetapi juga terdapat dampak positif terhadap perilaku selfitis yang bisa sebagai ekspresi diri dan identitas individu untuk dapat mengekspresikan berbagai aspek dari dirinya seperti dirinya yang artistik, konyol, dan glamor. Perilaku selfitis juga digunakan untuk alat mempresentasikan dirinya yang dapat membantu seseorang untuk membentuk identitas sosial dirinya melalui media sosial. Perilaku selfitis selain dapat mempresentasikan diri seseorang *selfie* juga merupakan alat untuk

seseorang mendokumentasikan momen penting dalam kehidupannya (Puthiyakath dkk., 2024).

B. Kacanduan Media Sosial

1. Pengertian Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Teori komunikasi yang telah dimediasi komputer menyatakan bahwa Lingkungan online memiliki peran penting dalam membentuk sebuah pola perilaku sehingga terbentuklah pengalaman baru bagi pengguna. Teori ini menekankan bahwa pola komunikasi seseorang dapat dipengaruhi oleh teknologi yang menjadi perantara antar pengguna. Seseorang dapat berkomunikasi secara online dengan menggunakan platform atau alat teknologi yang disebut sebagai media sosial (Barfi dkk., 2021).

Beberapa teori sosiologis dan psikologis juga menyebutkan bahwa media sosial atau jejaring sosial, khususnya media itu dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap pembentukan keyakinan dan perilaku seseorang (Salomon & Brown, 2019). Menurut Greenfield (2009) teori perubahan sosial dan perubahan pembangunan mengatakan bahwa teknologi dapat mendorong perubahan budaya yang akan berdampak terhadap pembentukan perkembangan seseorang (Greenfield, 2009). Media sosial seperti *Facebook*, *Linkedin*, *Pinterest*, *MySpace*, *WhatsApp* dan masih banyak lainnya dapat mempengaruhi kehidupan banyak orang, khususnya pelajar. Dilaporkan bahwa orang-orang bertukar ide, perasaan, informasi pribadi, gambar dan video melalui penggunaan platform media sosial. Media sosial mendorong pertukaran ide secara terus menerus dan bebas. Beberapa penelitian juga menyebutkan seseorang yang dalam kehidupan nyata dirinya seorang yang introvert dan pemalu. Namun, ketika di dalam media sosial akan merasa lebih nyaman berinteraksi dengan teman-temannya dibandingkan ketika saat berinteraksi secara langsung (Barfi dkk., 2021).

Media sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010) merupakan seperangkat perangkat lunak yang semua perangkatnya memerlukan akses internet untuk dapat menjalankan semua aplikasi yang ada di dalamnya. Penggunaan perangkat lunak ini juga dapat membangun perkembangan teknologi dan membantu untuk proses terjadinya pertukaran informasi (Kaplan & Haenlein, 2010). Penggunaan media sosial yang modern utamanya bagi orang yang ketergantungan terhadap media sosial dirinya akan selalu terlibat secara aktif dengan situs jejaring sosial tersebut. Menurut Boyd dan Ellison (2007) situs jejaring sosial merupakan layanan yang berbasis web atau aplikasi yang memberikan fasilitas terhadap seseorang untuk 1) membangun sebuah profil yang publik maupun semipublik yang bersifat mengikat. 2) mengartikulasikan daftar pengguna lain yang berbagi koneksi dengan dirinya. 3) melihat dan melintasi daftar koneksi dirinya yang dibuat oleh orang lain dalam sistem (Boyd & Ellison, 2007).

Penggunaan media sosial yang berlebihan akan dapat mempengaruhi kehidupan, hal ini sering disebut sebagai kecenderungan kecanduan media sosial. Kecenderungan kecanduan media sosial menurut Gomez (2024) didefinisikan sebagai keadaan dimana seseorang merasa terlalu terobsesi dengan media sosial didorong oleh motivasi yang kuat untuk mengakses atau menggunakan platform tersebut, dan banyak menghabiskan begitu banyak waktu serta usaha sehingga mengganggu aktivitas sosial lainnya (Gomez dkk., 2024). Menurut Andreassen (2017) kecenderungan kecanduan media sosial adalah terlalu peduli terhadap media sosial, didorong oleh motivasi yang tidak terkendali untuk masuk atau menggunakan media sosial, dan menghabiskan begitu banyak waktu dan tenaga untuk media sosial sehingga mengganggu aspek-aspek penting lainnya dalam kehidupan (Andreassen dkk., 2017).

Berdasarkan berbagai pendapat yang telah diungkapkan dapat disimpulkan bahwa media sosial sebagai bagian dari teknologi komunikasi yang telah dimediasi komputer yang memiliki pengaruh terhadap perubahan

perilaku, keyakinan, dan pola komunikasi yang baru terkadang membuat seseorang menggunakan media sosial secara berlebihan sehingga menimbulkan kecanduan. Kecenderungan kecanduan media sosial merupakan sebuah keadaan seseorang yang berlebihan dalam menggunakan media sosial yang ditandai dengan keinginan yang kuat untuk selalu merasa terhubung dengan media sosial. Keadaan seperti ini melibatkan rasa terlalu terobsesi terhadap media sosial hingga akan mengganggu aktivitas dalam kehidupan.

2. Atribut Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Menurut Andreassen dan Pallesen (2014) Kecenderungan kecanduan media sosial mencakup tiga atribut utama yang meliputi:

1. Terlalu khawatir terhadap media sosial

Individu yang kecenderungan kecanduan media sosial sering kali mengalami kekhawatiran berlebihan terhadap platform tersebut dan akan cenderung terus-menerus memikirkan media sosial bahkan saat tidak sedang menggunakannya. Ketakutan akan kehilangan informasi penting atau momen yang sedang trend. Media sosial juga menjadi sumber utama validasi diri, di mana individu merasa perlu mendapatkan pengakuan dari orang lain melalui jumlah like, komentar, dan interaksi lainnya

2. Dorongan yang kuat untuk menggunakan media sosial

Dorongan kuat untuk menggunakan media sosial menjadi faktor utama yang membuat seseorang terus-menerus terlibat di dalamnya. Motivasi ini bisa berasal dari berbagai faktor, seperti kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain, mencari hiburan, atau sekadar menghindari kebosanan dan stress.

3. Mencerahkan begitu banyak waktu dan tenaga untuk media sosial

Seseorang yang terlalu banyak menghabiskan waktu di media sosial cenderung mengabaikan interaksi tatap muka dengan keluarga dan teman, yang pada akhirnya dapat menyebabkan rasa kesepian dan isolasi sosial. Produktivitas dalam pekerjaan atau

akademik juga dapat menurun akibat seringnya distraksi dari media sosial. Beberapa kasus, kecanduan ini bahkan dapat memicu konflik dalam hubungan interpersonal, terutama jika seseorang lebih fokus pada dunia maya dibandingkan kehidupan nyata.

Menurut (Hadiarni, 2016) berikut adalah beberapa atribut seseorang yang memiliki kecenderungan kecanduan media sosial yang meliputi:

1. Selalu ingin terhubung dengan media sosial.

Seseorang akan selalu ingin mengetahui informasi terbaru di media sosial dan akan merasa cemas atau gelisah jika tidak dapat mengakses media sosial dalam waktu yang lama.

2. Menggunakan media sosial untuk mengekspresikan emosi

Seseorang akan menggunakan media sosial untuk mengekspresikan emosinya dan akan mengalami kesulitan untuk mengekspresikan emosinya secara langsung di dunia nyata.

3. Mengabaikan lingkungan sekitar

Seseorang akan lebih fokus pada media sosial daripada lingkungan sekitar dan cenderung tidak memperhatikan orang lain atau kejadian disekitar.

4. Suka berbagi segala hal di media sosial.

Individu akan membagikan segala hal di media sosial dan merasa perlu untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain atas apa yang dibagikannya.

5. Mengganti aktivitas di dunia nyata dengan aktivitas di media sosial

Seseorang akan lebih memilih untuk melakukan aktivitas di media sosial daripada di dunia nyata dan akan merasa sulit untuk melepaskan diri dari media sosial.

Menurut (Rosyidah, 2016) terdapat empat atribut kecenderungan kecanduan media sosial yang meliputi:

1. Penggunaan berlebihan

Individu menghabiskan waktu berjam-jam di media sosial untuk scrolling, mengunggah konten, dan berinteraksi, hingga

mengganggu pekerjaan, studi, hubungan sosial, serta kesehatan. Contohnya, terus mengecek media sosial meski tidak ada notifikasi dan lebih memprioritaskannya dibanding aktivitas penting lainnya.

2. Gelisahan saat tidak bisa mengakses media sosial

Ketergantungan emosional pada media sosial membuat individu merasa cemas, panik, atau depresi saat tidak bisa mengaksesnya. Mereka terbiasa mendapatkan stimulasi dari media sosial, sehingga merasa kehilangan tanpa itu. Contohnya, mudah marah saat tidak dapat membuka aplikasi media sosial.

3. Toleransi terhadap waktu penggunaan

Individu membutuhkan waktu yang semakin lama untuk mendapatkan kepuasan dari media sosial. Awalnya cukup 30 menit, namun seiring waktu, durasi terus meningkat hingga sulit dikendalikan. Contohnya, merasa tidak puas jika tidak menghabiskan waktu lama di media sosial.

4. Isolasi sosial

Kecenderungan kecanduan media sosial membuat individu mengabaikan interaksi langsung, sehingga merasa kesepian dan hubungan dengan orang lain memburuk. Contohnya, lebih nyaman berkomunikasi secara online daripada bertemu langsung.

Berdasarkan penjelasan atribut-atribut diatas maka didapatkan disimpulkan bahwa atribut kecenderungan kecanduan media sosial yaitu terlalu khawatir terhadap media sosial, dorongan kuat untuk menggunakannya, serta mencurahkan banyak waktu dan tenaga pada media sosial. Selain itu, kecanduan juga ditandai dengan penggunaan berlebihan, gelisahan saat tidak bisa mengakses media sosial, meningkatnya toleransi waktu penggunaan, serta isolasi sosial. Individu yang mengalami kecenderungan kecanduan media sosial juga cenderung selalu ingin terhubung, menggunakan media sosial sebagai sarana mengekspresikan emosi, mengabaikan lingkungan sekitar, suka membagikan segala hal, dan lebih memilih aktivitas di media sosial dibandingkan dunia nyata.

3. Aspek-Aspek Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Menurut Andreassen (2017) aspek-aspek dari kecenderungan kecanduan media sosial terdapat enam komponen utama yang meliputi:

1. *Silence*

Penggunaan media sosial merupakan suatu kebutuhan atau aktivitas yang sangat penting dalam kehidupan seseorang yang dapat mendominasi pikiran, perasaan, dan perilaku dirinya.

2. *Mood modification*

Media sosial merupakan sebagai alat untuk dapat mengubah suasana hati seseorang yang biasa digunakan untuk meredakan stres atau digunakan untuk menjadikan seseorang merasa lebih baik ketika dirinya sedang merasa sedih dan cemas.

3. *Tolerance*

Seseorang memiliki kebutuhan untuk dapat meningkatkan jumlah dan waktu yang dihabiskan di media sosial untuk mencapai kepuasan yang diinginkan.

4. *Withdrawal symptoms*

Penarikan diri biasanya merupakan pengalaman yang tidak menyenangkan secara fisik dan emosional seseorang ketika dirinya tidak dapat mengakses media sosial seperti akan muncul kecemasan dan depresi.

5. *Conflict/functional impairment*

Penggunaan media sosial dapat menimbulkan konflik dengan aktivitas lain seperti dalam pekerjaan, Pendidikan, dan hubungan interpersonal seseorang. Konflik yang terjadi ini biasanya berasal dalam pikiran individu sedangkan konflik interpersonal dengan orang lain berasal dari lingkungan sekitar dirinya.

6. *Relapse/lost of control*

Pengguna media sosial sering sekali kehilangan kendali dan selali mengulangi pola penggunaan media sosial setiap harinya bahkan setelah mencoba untuk mengurangi atau menghentikan penggunaan.

Menurut Pontes dan Griffiths (2017) terdapat beberapa aspek kecenderungan kecanduan media sosial yang terbagi dalam empat komponen utama yang meliputi:

1. *Escapism And Dysfunctional Emotional Coping*

Komponen *escapism and dysfunctional emotional coping* mengacu dalam penggunaan internet sebagai cara untuk mengatasi perasaan yang negatif atau melarikan diri dari kenyataan. Seseorang mungkin akan membuka sosial media untuk melupakan masalah yang sedang dihadapinya. Penggunaan yang seperti ini tidak akan dapat membuat seseorang menyelesaikan masalah yang sedang terjadi justru akan dapat membuat orang semakin ketergantungan pada internet.

2. *Withdrawal Symptoms*

Withdrawal Symptoms merupakan sebuah reaksi emosional atau fisik yang muncul ketika seseorang tidak dapat mengakses internet. Seseorang akan merasa cemas, gelisah, atau mudah marah ketika tidak dapat mengakses media sosial.

3. *Impairments and Dysfunctional Self-Regulation*

Komponen *Impairments and Dysfunctional Self-Regulation* menggambarkan dampak negative dari penggunaan media sosial yang terlalu berlebihan. Banyaknya waktu yang dihabiskan untuk media sosial dapat mengganggu hubungan sosial, menurunkan produktivitas kerja, meskipun seseorang sadar akan dampak buruk yang akan terjadi namun seseorang akan sulit untuk mengontrol dirinya dalam menggunakan media sosial.

4. *Dysfunctional Internet-related Self-control*

Komponen *dysfunctional internet-related self-control* menggambarkan seseorang akan kesulitan untuk mengendalikan diri untuk menggunakan internet, meskipun ingin untuk mengurugu dan mengatur waktu penggunaannya. Kondisi seperti ini disebabkan oleh kepuasan yang semakin bertambah seiring dengan peningkatan waktu yang dihabiskan dalam menggunakan internet.

Menurut Liebert dan Young (1998) menyebutkan beberapa aspek-aspek kecenderungan kecanduan media sosial yang meliputi:

1. *Sailence*

Kecenderungan kecanduan media sosial ditandai dengan adanya pikiran yang terus-menerus tentang internet, bahkan ketika sedang tidak mengakses internet seseorang akan sering berkhayal atau berimajinasi mengenai aktivitasnya di media sosial yang menunjukkan bahwa internet menjadi bagian yang sangat penting dan dominan dalam kehidupannya.

2. *Excessive use*

Penggunaan internet yang melebihi batas wajar sering menjadi hal yang tidak disadari. Seseorang akan kehilangan kontrol terhadap waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial yang akan mengganggu aktivitas kehidupannya.

3. *Neglect to Work*

Seseorang yang sudah kecenderungan kecanduan media sosial akan lebih memprioritaskan waktu untuk mengakses internet daripada menyelesaikan tugas dan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-harinya.

4. *Anticipation*

Media sosial dianggap sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan dalam kehidupan dirinya, sehingga seseorang menjadikan aktivitas online sebagai cara untuk terhindar dari masalah dalam kehidupan yang membuat media sosial menjadi hal yang berarti dan berharga dalam kehidupannya.

5. *Lack of control*

Seseorang akan merasa kesulitan untuk mengontrol dirinya dalam durasi penggunaan internet tanpa disadari, seseorang sering sekali menghabiskan waktu lebih banyak dari yang direncanakan dan menunjukkan ketergantungan yang semakin besar.

6. *Neglect social life*

Kehidupan sosial seseorang akan sering terabaikan karena akan lebih memilih mementingkan aktivitas dirinya dalam media sosial yang akan dapat mengurangi interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari hanya untuk mengakses media sosial.

Berdasarkan aspek-aspek kecenderungan kecanduan media sosial yang sudah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa kecenderungan kecanduan media sosial ditandai dengan dominasi media sosial dalam kehidupan seseorang, hal ini ditandai dengan pikiran yang terus-menerus tentang media sosial (*sailence*), penggunaan untuk mengubah suasana hati (*mood modification*), peningkatan toleransi sehingga membutuhkan waktu lebih lama untuk mendapatkan kepuasan (*tolerance*), serta munculnya kecemasan dan stres saat tidak dapat mengakses media sosial (*withdrawal symptoms*). Kecanduan ini juga menyebabkan konflik dalam pekerjaan, pendidikan, dan hubungan sosial (*conflict/functional impairment*), serta ketidakmampuan mengendalikan penggunaan meskipun menyadari dampak buruknya (*loss of control*).

4. **Dampak Kecenderungan kecanduan media sosial**

Media sosial memiliki hubungan yang erat dengan interaksi manusia. Penggunaan media sosial dapat merasa puas dan dapat menambahkan rasa percaya dirinya. Media sosial dapat sebagai alat untuk menampilkan dirinya kepada temanya terhadap hal-hal yang dianggap sama dalam hal minat dan kesukaan. Dampak positif dari media sosial adalah dalam pengembangan sosial dan emosional. Seseorang akan sering menggunakan sosial media untuk memperdalam koneksi dengan teman-temannya dan membuat dirinya akan merasa terhubung secara emosional dengan teman-temannya. Media sosial juga menyediakan platform untuk dapat melatih ketrampilan yang berhubungan dengan pengembangan identitas dalam mempersentasikan diri (Kurniasari, 2017).

Penggunaan media sosial juga dapat berdampak negatif terutama terkait dengan Kesehatan mental. Penggunaan sosial media yang berlebihan

dapat berkontribusi terhadap meningkatnya tingkat kesemasan, depresi, dan gangguan tidur. Media sosial dapat menciptakan tekanan sosial yang tinggi untuk selalu tampil dengan sempurna dan mendapatkan pengakuan dari orang lain, yang dapat menyebabkan perasaan rendah diri dan mudang stress. Media sosial juga bisa memicu terjadinya *cyberbullying* yang dapat menyebabkan trauma secara emosional dan psikologi yang mendalam bagi korban *cyberbullying* (Longe, 2023).

Berdasarkan dampak-dampak kecenderungan kecanduan media sosial yang sudah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam interaksi manusia, memberikan kepuasan dan meningkatkan rasa percaya diri dengan memungkinkan individu menampilkan diri sesuai minat dan bakat yang dimiliki. Dampak positifnya terlihat dalam pengembangan sosial dan emosional, di mana media sosial dapat memperdalam koneksi dengan teman serta membantu dalam membangun identitas dan keterampilan interpersonal. Namun, penggunaan berlebihan juga dapat berdampak negatif, seperti meningkatnya kecemasan, depresi, gangguan tidur, serta tekanan sosial untuk tampil sempurna yang dapat menurunkan kepercayaan diri dan meningkatkan stres. Selain itu, media sosial juga dapat memicu *cyberbullying* yang berisiko menyebabkan trauma emosional dan psikologis bagi korbannya.

C. Kecenderungan narsistik

1. Pengertian Narsistik

Teori narsisme pada era kontemporer dominan dikembangkan oleh Heinz Kohut dalam karyanya yaitu buku *The Analysis of the self* (1971) dan *The Restoration of the self* (1977). Kohut menjelaskan bahwa kepribadian narsistik terjadi karena akibat dari adanya kegagalan seseorang dalam pengembangan harga diri yang sehat pada dirinya (Sari, 2021). Menurut Ames (2006) narsisme merupakan bentuk dari ciri-ciri kepribadian dan sebuah proses yang melibatkan perasaan diri dan hak yang terlalu berlebihan

namun mudah rapuh serta terlalu keasyikan dengan kesuksesan yang dimilikinya dan tuntutan akan kekaguman (Ames dkk., 2006).

Buku Freud yang berjudul *General Introduction to Psychoanalysis: Psikoanalisis Sigmund Freud* yang telah diterjemahkan oleh Ira Puspitorini, menjelaskan bahwa narsistik digunakan untuk mendeskripsikan orang-orang yang menganggap dirinya sendiri penting dan cenderung menginginkan perhatian. Narsistik dapat dikatakan sebagai reaksi asumsi untuk menghadapi *self-worth* yang dinilai tidak nyata sebagai hasil dari penurunan serta evaluasi yang berlebihan dari orang lain (Engkus dkk., 2017). Menurut Raskin dan Terry (1988) narsistik didefinisikan sebagai bentuk perilaku yang mencakup tentang citra diri seseorang, kekaguman terhadap diri sendiri, dan pembesaran diri. Seseorang dengan sifat narsistik akan cenderung rentan terhadap kritik termasuk perasaan kehilangan cinta atau mengalami kegagalan. Ciri khas dari narsistik adalah kurangnya rasa empati sehingga akan cenderung mudah merendahkan dan mengabaikan perasaan orang lain dan menganggap dirinya yang paling sempurna.

Menurut DSM-IV-TR (*American Psychiatric Assosiation*, 1994) menyatakan bahwa kepribadian narsistik mensyaratkan terdapat pola kebesaran dimana seseorang menunjukkan kehebatan, kebutuhan akan sanjungan, dan kurangnya rasa empati. Kepribadian narsistik ini dapat dilihat dari perilaku fantasi berlebihan pada kekuasaan, kecantikan, kesuksesan, kebutuhan untuk dikagumi orang lain serta disertai dengan kurangnya rasa (Perrotta, 2021).

Berdasarkan penjelasan tentang narsistik, maka dapat disimpulkan bahwa narsistik merupakan sebuah kondisi psikologis yang ditandai dengan perasaan superioritas, kebutuhan akan perasaan kagum, dan kurangnya empati terhadap orang lain, seseorang dengan kecenderungan ini akan cenderung mencari keuntungan dari orang lain untuk memperkuat citra diri dan memiliki pandangan berlebihan tentang kemampuan serta kepentingannya sendiri. Seseorang dengan kecenderungan ini akan selalu

berusaha untuk selalu terlihat positif dan sering sekali mencari perhatian dan pengakuan dari orang lain untuk memenuhi kebutuhan dirinya.

2. Aspek-aspek Kecenderungan narsistik

Menurut penelitian Raskin dan Terry (1988) terdapat tujuh aspek perilaku narsisme yang diidentifikasi sebagai komponen utama dalam kepribadian narsistik yang meliputi

1. *Authority*

Seseorang yang memiliki kecenderungan narsistik akan cenderung menunjukkan sikap dominan, seseorang yang narsis lebih suka memimpin dan kebutuhan akan rasa penghormatan.

2. *Exhibitionism*

Seseorang dengan kecenderungan narsistik akan mencari perhatian dan akan merasa senang ketika dirinya menjadi pusat perhatian.

3. *Superiority*

Kepribadian narsistik akan selalu menjadikan seseorang merasa dirinya lebih unggul, hebat dan merasa dirinya sempurna dibandingkan dengan orang lain.

4. *Self-sufficiency*

Seseorang dengan sifat ini akan merasa mampu memenuhi kebutuhan dirinya secara mandiri serta mencerminkan ketegasan, kemandirian dan dorongan untuk meraih pencapaian.

5. *Exploitativeness*

Seseorang yang narsistik akan cenderung memanfaatkan orang lain sebagai alat untuk meningkatkan harga dirinya, misalnya dengan merendahkan orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari lingkungan sekitarnya.

6. *Vanity*

Seseorang dengan sifat narsistik cenderung sulit untuk menerima kritik atau pendapat yang berbeda dari orang lain,

sehingga akan cenderung menunjukkan sikap sombong, keras kepala dan merasa superior

7. *Entitlement*

Seseorang memiliki kecenderungan untuk mengejar kepentingannya sendiri tanpa memikirkan pengaruhnya terhadap lingkungan sekitar.

Menurut Widiyanti (2017) kecenderungan narsistik terdapat delapan aspek utama meliputi:

1. *Grandiose dan self-important*

Seseorang dengan sifat narsistik sering memiliki pandangan yang berlebihan tentang dirinya sendiri, sehingga merasa bahwa dirinya lebih unggul atau lebih spesial dibandingkan orang lain.

2. Fantasi

Seseorang yang narsis sering terjebak dalam fantasi dalam khayalan mengenai kesuksesan, kekuatan, kecantikan dan cinta yang ideal dan terkadang fantasi berfungsi sebagai pelarian dari kenyataan dan menciptakan harapan-harapan yang tidak realistis.

3. Unik dan spesial

Narsis percaya bahwa dirinya tidak dapat dibandingkan dengan orang lain, merasa orang lain tidak dapat memahami dirinya.

4. Kebutuhan mendapatkan pengakuan

Seseorang dengan kecenderungan narsis memiliki keinginan yang kuat untuk selalu mendapatkan pujian dan pengakuan dari orang lain dan akan selalu berusaha untuk menampilkan diri yang positif untuk menarik perhatian.

5. Mengeksploitasi hubungan interpersonal

Orang yang narsis akan melihat hubungan interpersonal sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri tanpa mempertimbangkan perasaan orang lain dan cenderung memanfaatkan orang lain untuk mencapai kesuksesan dirinya.

6. Kurangnya empati

Salah satu ciri utama narsisme adalah ketidak mampuan untuk memahami atau merasakan perasaan orang lain, sehingga akan terkesan acuh dan tidak peduli dengan perasaan orang lain.

7. Perasaan iri

Orang yang narsistik akan mudah merasa cemburu terhadap orang lain yang memiliki apa yang dirinya inginkan, baik dalam hal kesuksesan, kekayaan, atau perhatian. Orang dengan kecenderungan ini kemungkinan juga percaya bahwa orang lain akan merasa iri terhadap dirinya.

8. Sikap arogan dan sombong

Narsisme sering menunjukkan perilaku yang angkuh, merasa bahwa dirinya lebih baik daripada orang lain, hal ini dapat dilihat ketika berinteraksi dengan orang lain akan cenderung membagakan dirinya sendiri.

Menurut DSM IV (*Diagnosis and Statistical Manual of Mental Disorder IV-R*) dari *American Psychiatric Association* dalam (Ackerman dkk., 2011), terdapat lima aspek kecenderungan narsistik, antara lain:

1. *Leadership Authority*

kondisi seseorang yang beranggapan sebagai pemimpin atau orang yang paling berkuasa.

2. *Superiority Arogance*

Individu yang memiliki rasa angkuh, merasa diri yang paling besar, penting, dan harus dikhususkan serta diutamakan dari orang lain.

3. *Self-Absorption*

Kekaguman terhadap diri sendiri yang berlebihan sehingga membuat individu tidak dapat menerima kritikan yang membangun terhadap dirinya dalam bentuk apapun.

4. *Envy* (Iri Hati)

Rasa sakit yang muncul saat melihat orang lain memperoleh keberuntungan, sementara dirinya merasa jika seharusnya hal tersebut dimilikinya.

5. *Exploiteness Entitle Ment*

Kebiasaan mencari keuntungan orang lain untuk menunjukkan kemampuan diri dengan mengeksploitasi kemampuan orang lain.

Berdasarkan penjelasan aspek-aspek narsistik yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa, perilaku narsistik biasanya ditandai oleh dominasi, superioritas, kebutuhan akan pengakuan, kurangnya empati serta kecenderungan memanfaatkan orang lain. Aspek-aspek ini menunjukkan bahwa *narsisme* melibatkan pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri sendiri serta perilaku yang sering merugikan hubungan interpersonal.

D. Hubungan Antara Kecenderungan Kecanduan Media Sosial dan Kecenderungan Narsistik dengan Perilaku Selfitis

Perilaku selfitis bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal dari diri seseorang, seperti kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik. Penggunaan sosial media menyebabkan kecandua sosial media, yang melibatkan seseorang bisa mengontrol dalam menggunakan media sosial yang berlebihan. Penggunaan media sosial yang berlebihan akan dapat meningkatkan perilaku selfitis yang ditandai dengan jumlah postingan foto yang diunggah akan selalu mengalami peningkatan. Seseorang yang sering menghabiskan waktu berjam-jam untuk menggunakan media sosial dirinya akan memiliki keinginan untuk mengikuti lingkaran sosial yang ada di dalam media sosial (Koç dkk., 2019). Seseorang yang memiliki kecenderungan untuk melakukan *selfie* akan lebih sering mengambil foto diri mereka sendiri dalam berbagai keadaan dan kemudia membagikannya melalui platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, atau *Tiktok*. Kecenderungan kecanduan media sosial merupakan faktor

pendorong seseorang akan lebih sering mengambil foto *selfie*. Orang yang sudah kecenderungan kecanduan media sosial dirinya akan selalu ingin memosting foto dirinya dalam akun media sosialnya untuk memenuhi keinginan dirinya akan pengakuan dari orang lain yang kemungkinan tidak didapatkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kecenderungan kecanduan media sosial adalah sebuah kondisi dimana seseorang terlalu berlebihan dalam menghabiskan waktu dan memiliki ketergantungan pada platform media sosial untuk berinteraksi, berbagi konten dan mendapatkan informasi. Kegiatan seperti ini akan mempengaruhi aktivitas sehari-hari serta dapat menciptakan dampak yang negatif pada kesehatan fisik dan mental seseorang. Banyaknya waktu yang dihabiskan oleh seseorang di media sosial akan menentukan tingkat kecanduan seseorang terhadap media sosial. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan berbagai masalah, termasuk kurangnya perhatian terhadap tugas-tugas dan penurunan kualitas interaksi tatap muka (Longe, 2023).

Faktor yang lain yang mempengaruhi perilaku *selfies* adalah kecenderungan narsistik. Seseorang dengan karakteristik yang narsis dirinya akan lebih menikmati pengambilan foto terhadap dirinya. Orang dengan karakteristik kepribadian ini akan selalu ingin menonjolkan dirinya melalui foto-foto *selfie*, dirinya memiliki ketergantungan akan pengakuan dari orang lain (Charoensukmongkol, 2016). Halpern, Valenzuela, dan Katz (2016) mengatakan bahwa *selfie* mungkin memiliki efek penguatan diri dimana orang narsis sering mengambil *selfie* untuk mempertahankan pandangan positif tentang dirinya sendiri. Orang yang sering mengambil *selfie* dan pengguna media sosial yang berat cenderung ekstrovert dan narsis (Boursier dkk., 2020). Perilaku seperti ini kemungkinan besarnya dirinya tidak hanya ingin mengabadikan momen ketika mengambil foto *selfie*, tetapi juga seseorang sering kali didorong oleh kebutuhan dirinya akan perhatian orang lain, validasi, dan apresiasi dari orang lain yang bisa berupa likes dan komentar positif seperti komentar pujian yang akan diterima oleh seseorang ketika mengunggah foto dirinya.

Kecenderungan narsistik sendiri merupakan sebuah istilah yang merujuk kepada kepribadian seseorang yang ditandai dengan perasaan superioritas, kebutuhan akan perasaan kagum, dan rendahnya rasa empati seseorang terhadap orang lain. Individu dengan karakteristik seperti ini sering kali dirinya memiliki pemikiran yang berlebihan terhadap dirinya sendiri dan akan lebih cenderung mencari cara agar dapat memperkuat citra dirinya dimata orang lain. Seseorang dengan karakter yang narsistik ini akan selalu membutuhkan pengakuan dan pujian untuk dapat mempertahankan harga dirinya yang cenderung sering kali rapuh. Upaya untuk mendapatkan validasi biasanya orang seperti itu akan menggunakan berbagai cara, termasuk akan selalu memperlihatkan dirinya lebih menonjol dari orang lain dengan selalu memamerkan penampilan dan kehidupan pribadi dirinya secara berlebihan (Puthiyakath dkk., 2024).

Puthiyakath (2024) mengatakan bahwa orang-orang mengambil foto *selfie* untuk mengabadikan momen-momen yang menarik dan mengbahagiakan dalam hidupnya. Kebanyakan orang yang memosting foto *selfie* di media sosial di dorong oleh keinginan untuk mendapatkan perhatian dan pujian. Individu dengan sifat narsistik kemungkinan akan lebih cenderung mengaggap foto mentah yang diambil dengan aplikasi kamera internal ponsel tidak cukup bagus untuk menarik perhatian dan pujian yang diinginkan individu tersebut akan menggunakan aplikasi *retouching* untuk menyempurnakan tampilan dirinya dan menghilangkan ketidak sempurnaan tersebut. Hal ini, menunjukkan hubungan antara narsisme dan selfitis memiliki korelasi yang kuat antara narsisme dan selfitis (Puthiyakath dkk., 2024).

Penelitian Charoensukmongkol (2016) menemukan bahwa sifat narsisme dapat menjelaskan mengapa beberapa individu sangat tertarik dengan *selfie* sebagai cara untuk memperhatikan penampilan fisik dirinya. Orang yang narsistik akan cenderung menikmati pengambilan foto *selfie*, dengan melakukan hal seperti ini dirinya akan dapat mengendalikan sepenuhnya penampilan dirinya di foto yang orang lain lihat. Menurut Weiser dalam (Charoensukmongkol, 2016) *selfie* biasanya mencakup unsur pamer dan propaganda diri yang eksplisit. Mengambil foto *selfie* berfungsi sebagai cara psikologis baru yang mudah dilakukan oleh individu narsistik untuk dapat memenuhi motivasi dirinya (Charoensukmongkol, 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas terdapat kemungkinan kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik akan dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku selfitis pada remaja. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menguji teori hipotesis tersebut sehingga mendapatkan hasil dan dapat memberikan informasi yang penting bagi remaja terhadap perilaku selfitis.

E. Hipotesis

Penelitian ini diharapkan permasalahan kecenderungan kecanduan sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis dapat diketahui keabsahannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis.
2. Terdapat hubungan positif antara kecenderungan kecanduan media sosial dengan perilaku selfitis, yang berarti semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial, maka semakin tinggi juga perilaku selfitis. Sebaliknya, semakin rendah kecenderungan kecanduan media sosial maka akan semakin rendah juga perilaku selfitis.
3. Terdapat hubungan positif antara kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis. Artinya semakin tinggi kecenderungan narsistik, maka semakin tinggi juga perilaku selfitis. Sebaliknya, semakin rendah kecenderungan narsistik maka akan semakin rendah juga perilaku selfitis.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Langkah penting dalam menentukan variabel utama dalam suatu penelitian beserta fungsinya masing-masing disebut sebagai penerapan variabel (Suwartono, 2014). Variabel penelitian merujuk pada atribut atau karakteristik dari sekelompok objek yang diteliti yang menunjukkan variasi diantara objek-objek dalam kelompok tersebut (Soegiyono, 2011). Penelitian ini menggunakan 2 macam variabel, yaitu:

1. Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi, disebabkan, atau ditentukan oleh variabel bebas (Soegiyono, 2011). Penelitian ini variabel terikat yang akan diteliti yaitu perilaku selfitis.
2. Variabel Bebas adalah variabel yang berperan sebagai penyebab, predictor, atau mempengaruhi variabel terikat (Soegiyono, 2011). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi:
 - a. Kecenderungan kecanduan media sosial
 - b. Kecenderungan narsistik

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah dimensi yang diberikan kepada sebuah variabel untuk menjelaskan makna atau justifikasi operasional yang dibutuhkan agar variabel tersebut dapat diukur secara jelas (Soegiyono, 2011). Definisi operasional untuk setiap variabel dalam penelitian sebagai berikut:

1. Perilaku selfitis adalah suatu keinginan yang secara obsesif untuk pengambilan gambar diri sendiri tanpa bantuan orang lain yang digunakan untuk mempersentasikan dirinya sendiri dan mengunggahnya dalam akun media sosial sebagai cara untuk menutupi rasa kurang percaya diri. Perilaku ini diukur berdasarkan skala *selfitis behaviour scale* oleh Balakrishnan dan Griffiths (2018) terdapat enam aspek yaitu kepercayaan diri, pencarian perhatian,

modifikasi suasana hati, peningkatan lingkungan, kompetisi sosial, konformitas subjektif. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek maka perilaku selfitis akan semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh oleh subjek maka perilaku selfitis akan semakin rendah.

2. Kecenderungan kecanduan media sosial merupakan sebuah kondisi dimana seseorang menghadapi kekhawatiran yang berlebihan terhadap media sosial, memiliki dorongan yang kuat untuk menggunakan media sosial, dan menghabiskan banyak waktu sehingga dapat memberikan dampak buruk terhadap aspek-aspek kehidupan lainnya. Menurut Andreassen (2017) terdapat enam aspek yaitu *salience, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, relapse*. Semakin tinggi skor yang didapatkan subjek maka akan semakin tinggi juga kecenderungan kecanduan media sosial, sebaliknya semakin rendah skor yang didapatkan oleh subjek maka semakin rendah kecenderungan kecanduan media sosial
3. Kecenderungan narsistik adalah ciri kepribadian yang melihat perasaan secara berlebihan, menganggap dirinya sangat penting, serta kebutuhan akan sanjungan kepribadian narsistik juga ditandai oleh perasaan superioritas, kebutuhan akan perasaan kagum, dan kurang memiliki rasa empati terhadap orang lain seseorang dengan kecenderungan ini akan cenderung mencari keuntungan untuk dirinya sendiri untuk memperkuat citra diri dan memiliki pandangan berlebihan tentang kemampuan serta kepentingannya sendiri. Menurut Raskin dan Terry (1988) terdapat tujuh aspek yaitu *Authority, Self-Sufficiency, Superiority, Exhibitionism, Exploitativeness, Vanity, Entitlement*. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek maka kecenderungan narsistik akan semakin tinggi. sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh oleh subjek maka kecenderungan narsistik akan semakin rendah.

C. Populasi, Sampel, dan Sampling

1. Populasi

Populasi mengacu kepada sekumpulan objek atau subjek yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Menurut Sugiono populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup subjek atau objek dengan jumlah serta karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh kesimpulan (Soegiyono, 2011). Menurut Siyoto (2015) populasi mencakup seluruh objek yang diteliti beserta segala aspek yang ada di lapangan terkait dengan objek tersebut. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah siswi perempuan SMK X.

Tabel 1. Siswa-siswai SMK X

No.	Kelas	Perempuan
1.	X	66
2.	XI	69
3.	XII	72
	Total	207

2. Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dipilih berdasarkan jumlah dan karakteristik tertentu. Sample terdiri dari sekelompok kecil anggota populasi yang diambil menggunakan metode dan prosedur tertentu agar dapat mewakili keseluruhan populasi. Sampel harus memiliki setidaknya satu karakteristik yang sama dengan populasi (Siyoto, 2015). Sampel yang digunakan penelitian ini adalah peserta didik perempuan SMK X. Penelitian ini menggunakan sampel total karena populasi yang relatif kecil, memungkinkan untuk seluruh objek penelitian untuk dapat dianalisis. Penelitian ini disebut juga studi populasi atau studi sensus dimana semua populasi dijadikan sampel penelitian (Soegiyono, 2011).

3. Sampling

Teknik sampling merupakan cara yang digunakan peneliti dalam menentukan sampel dalam suatu penelitian. Penelitian ini menerapkan teknik *cluster random sampling*, yaitu metode pemilihan sampel yang

didasarkan pada kelompok yang ditentukan secara acak oleh peneliti. Menurut Azwar (2017) *cluster random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pendekatan probabilitas, dimana populasi dibagi kedalam beberapa kelompok (klaster) yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan pengelompokan sesuai dengan kelas yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil sampel dari salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kabupaten Grobogan yaitu SMK X.

D. Metode Pengumpulan

Pendekatan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Soegiyono, (2011) penelitian kuantitatif berlandaskan paradigma positivisme dan diterapkan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu. Instrumen atau alat ukur penelitian ini berperan dalam pengumpulan data serta membantu analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Soegiyono, 2011).

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah skala dengan model *likert*. Skala adalah alat penelitian yang terdiri dari serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang dijawab atau dipilih oleh responden. Skala *likert* merupakan instrument yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap fenomena sosial (Azwar, 2012). Setiap item pada skala *likert* akan menjadi indikator untuk variabel-variabel tertentu yang dibedakan menjadi pernyataan yang mendukung (*favourable*) dan pernyataan yang tidak mendukung (*unvavourable*) dari indikator tersebut. Penelitian ini menggunakan skala yang telah modifikasi dari *Selfitis Behaviur Scale* (SBS). Skala ini merupakan skala yang dikembangkan oleh Balakrishnan dan Griffiths (2018) dan telah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Amalia (2020). Skala *The Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) skala ini merupakan skala yang dikembangkan oleh Andreassen (2017) dan skala ini telah diadaptasi dalam bahasa

Indonesia oleh Sumaryati dkk (2024) yang telah dipastikan relevansi budaya dan bahasa. Skala *Narcissism Personal Inventory (NPI-16)* skala ini merupakan versi modifikasi yang dikembangkan oleh Ames dkk (2006) dan telah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Walenta dkk (2022). Skala *Selfitis Behaviur Scale (SBS)* memiliki 4 pilihan jawaban yaitu: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS) diberikan skor 4-1 dengan Sangat Sesuai (SS) bernilai 4, Sesuai (S) bernilai 3, Tidak Sesuai (TS) bernilai 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) bernilai 1. *The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)* memiliki lima pilihan jawaban yaitu: Sangat Sering (SS), Sering (S), Kadang-Kadang (KK), Jarang (J), Sangat Jarang (SJ). Jawaban untuk pernyataan yang mendukung atau *favourable* diberikan skor 5-1 dengan Sangat Sering (SS) bernilai 5, Sesuai (S) bernilai 4, Kadang-Kadang (KK) bernilai 3, Jarang (J) bernilai 2 dan Sangat Jarang (SJ) bernilai 1. Skala *Narcissism Personal Inventory (NPI-16)* menggunakan skala *forced choice* yang berarti subjek diminta untuk memilih salah satu dari dua pernyataan yang diberikan. Skor yang diberikan adalah 1 untuk respon non-narsistik bernilai 1 dan respon narsistik bernilai 2.

1. Skala Perilaku selfitis

Skala perilaku selfitis dalam penelitian ini mengukur dan mengetahui tingkat kecenderungan perilaku selfitis, seberapa tinggi dan rendahnya perilaku selfitis pada subjek dengan memakai skala yang sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Balakrishnan dan Griffiths (2018) terdapat enam aspek utama perilaku selfitis yaitu peningkatan lingkungan, persaingan sosial, pencarian perhatian, modifikasi suasana hati, kepercayaan diri, konformitas subjektif. Skala *Selfitis Behaviour Scale (SBS)* skala ini telah dikembangkan oleh Balakrishnan dan Griffiths (2018) dan telah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Amalia (2020). *Selfitis Behavior Scale* memiliki 20 aitem yang mencakup enam faktor. Semua aitem memiliki validitas dengan nilai standar lebih dari 0,60 yang menunjukkan validitas konten yang cukup kuat sehingga skala ini dapat digunakan untuk penelitian lain. Reliabilitas enam faktor pada skala ini memiliki skor *Cronbach Alpha* diatas 0,70 sementara reliabilitas keseluruhan aitem mencapai 0,876. Setiap aspek mencakup beberapa aitem

pernyataan yang mendukung (*favorable*). Skala ini memiliki 4 pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS).

Tabel 2. Blueprint Skala Selfitis Behaviour Scale (SBS)

No	Aspek	Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>
1	Peningkatan lingkungan	4
2	Persaingan sosial	4
3	Pencarian perhatian	3
4	Modifikasi suasana hati	3
5	Kepercayaan diri	3
6	Konformitas subjektif	3
Jumlah		20

2. Skala Kecenderungan kecanduan media sosial

Skala kecenderungan kecanduan media sosial dalam penelitian mengukur dan mengetahui seberapa tinggi dan rendahnya kecenderungan kecanduan media sosial pada subjek dengan memakai skala yang sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Andreassen (2017) terdapat enam aspek yaitu *salience, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, relapse*. Setiap aspek mencakup beberapa aitem pernyataan yang mendukung (*favorable*). Skala *The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)* skala ini merupakan skala yang dikembangkan oleh Andreassen (2017) dan skala ini telah diadaptasi dalam bahasa Indonesia oleh Sumaryati dkk (2024) yang telah dipastikan relevansi budaya dan bahasa sehingga dapat dipahami dengan mudah. *The Bergen Media Addiction* memiliki 6 aitem yang mencakup enam faktor dengan Reliabilitas pada enam faktor memiliki nilai *Construk Reliability (CR)* sebesar 0,91 yang melebihi ambang batas 0,70. Pengukuran Skala ini memiliki 4 pilihan jawaban Sangat Sering (SS), Sering (S), Kadang-Kadang (KK), Jarang (J), Sangat Jarang (SJ).

Tabel 3. The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)

No.	Aspek	Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>
1	<i>Sailence</i>	1
2	<i>Mood modification</i>	1
3	<i>Tolerance</i>	1
4	<i>Withdrawal</i>	1
5	<i>Conflict</i>	1
6	<i>Relapse</i>	1
Jumlah		6

3. Skala Kecenderungan narsistik

Skala kecanduan kecenderungan narsistik dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menentukan tingkat kecenderungan kecenderungan narsistik pada subjek dengan menggunakan skala yang didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Raskin dan Terry (1988) terdapat tujuh aspek yaitu *Authority, Self-Sufficiency, Superiority, Exhibitionism, Exploitativeness, Vanity, Entitlement*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian adalah Skala *Narcissism Personal Inventory (NPI-16)*. Skala ini adalah versi modifikasi yang dikembangkan oleh (Ames dkk., 2006) dan telah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Walenta dkk (2022). Skala *Narcissism Personal Inventory (NPI-16)* memiliki nilai reliabilitas α sebesar 0,71. Penelitian ini menggunakan skala *forced choice* yang dimana subjek diminta untuk memilih salah satu dari dua pernyataan yang disajikan. Penilaian dalam skala ini diberikan dengan skor 1 untuk respon non-narsistik dan 2 untuk respon narsistik.

Tabel 4. Narsistik Personality Inventory (NPI-16)

No.	Aspek	Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>
1	<i>Authority</i>	2
2	<i>Superiority</i>	4
3	<i>Self Sufficiency</i>	2
4	<i>Exhibitionism</i>	2
5	<i>Exploitativeness</i>	2
6	<i>Vanity</i>	3
7	<i>Entilement</i>	1
Jumlah		16

E. Uji Validitas, Uji Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas Aitem

1. Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa skala mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah setiap item dalam skala memiliki keterikatan yang sah dengan variabel yang akan diukur. Validitas yang digunakan adalah validitas isi (*content validity*) yang diperoleh dari proses penyempurnaan bahasa dan evaluasi ketepatan untuk memastikan bahwa skala tersebut sesuai dengan konstruk teoritis yang diukur (Azwar, 2012).

Validitas isi melibatkan pengujian kisi-kisi instrument skala untuk menilai kelayakan isi melalui analisis rasional oleh penilaian professional dalam hal ini adalah dosen pembimbing skripsi sehingga alat ukur yang digunakan memuat isi yang akurat tanpa melebihi batasan pengukuran.

2. Uji Daya Beda Aitem

Daya beda aitem mengacu pada kemampuan suatu aitem dalam membedakan individu atau kelompok individu yang berdasarkan keberadaan atribut yang diukur. Pengujian ini menghasilkan koefisien korelasi aitem-total yang dapat digunakan untuk menilai sejauh mana setiap aitem berkontribusi terhadap pengukuran variabel yang diteliti. Analisis daya beda dilakukan menggunakan formula koefisien korelasi (Azwar, 2012).

Kriteria pemilihan aitem didasarkan pada korelasi aitem-total, dengan batasan umum $\geq 0,30$. Apabila jumlah aitem dengan koefisien korelasi aitem-total $\geq 0,30$ melebihi target yang ditetapkan, maka aitem dengan indeks daya beda tertinggi dapat dipilih. Apabila jumlah aitem yang lolos masih belum mencukupi, batas kriteria dapat diturunkan menjadi 0,25 untuk memastikan jumlah aitem yang diperlukan terpenuhi (Azwar, 2012). Penelitian ini akan menggunakan nilai kriteria 0,3 untuk dapat memenuhi jumlah aitem dan mewakili semua aspek.

3. Reliabilitas

Reliabilitas suatu alat ukur mengacu pada tingkat konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran ketika dilakukan berulang pada kelompok subjek yang sama. Reliabilitas diukur menggunakan koefisien reliabilitas dalam rentang 0 hingga 1,00. Semakin tinggi nilai koefisien reliabilitas mendekati 1,00 maka reliabilitasnya semakin tinggi, sedangkan nilai koefisien reliabilitas semakin mendekati 0, maka reliabilitasnya akan semakin rendah (Azwar, 2012). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Cronbach's alpha* dengan bantuan perangkat lunak SPSS 25 *for windows*.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan data yang dikumpulkan untuk memperoleh kesimpulan. Metode analisis data digunakan sebagai alat untuk menguji hipotesis (Azwar, 2012). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode analisis regresi linear berganda dipilih untuk menguji hipotesis pertama karena penelitian ini melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis. Digunakan pula teknik analisis korelasi parsial yang diaplikasikan untuk menguji hipotesis kedua dan ketiga untuk mengetahui hubungan antar dua variabel dengan variabel lain yang dianggap dikendalikan atau dijadikan tetap sebagai variabel kontrol. Data yang diperoleh melalui penyebaran skala serta pengujian hipotesis dianalisis secara menyeluruh bantuan aplikasi SPSS 25 *for windows*. Proses pengolahan data mencakup pemeriksaan kelengkapan serta analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Orientasi Kanchah Dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kanchah Penelitian

Langkah awal penelitian ini adalah melakukan orientasi terhadap konteks penelitian, yang bertujuan untuk memahami lingkungan penelitian proses penelitian berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tahap pertama dalam proses ini adalah menentukan lokasi penelitian yang akan menjadi tempat pengumpulan data. Lokasi yang dipilih untuk penelitian ini adalah SMK X.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narasitik terhadap perilaku selfitis pada remaja perempuan yang bersekolah di SMK X. Tahap awal sebelum pelaksanaan penelitian dilakukan dengan mewawancarai tiga siswi kelas XI di SMK X. Wawancara ini bertujuan untuk memastikan adanya fenomena yang relevan dengan fokus penelitian.

Hasil wawancara, perilaku selfitis yang dilakukan siswi ternyata dapat membuat kecenderungan kecanduan media sosial dan juga cenderung berperilaku narasis. Tahap selanjutnya, peneliti menentukan tujuan penelitian, mempersiapkan instrument penelitian, mencari teori yang mendukung, serta pengumpulan data yang relevan untuk memperkuat analisis dalam penelitian. Peserta didik perempuan kelas XI SMK X pada tahun ajaran 2024/2025 adalah sebanyak 69 siswi. Pemilihan SMK X sebagai lokasi penelitian memiliki beberapa pertimbangan yaitu:

- a. Mendapatkan cerita terkait perilaku selfitis yang berpengaruh pada kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan untuk narsistik
- b. Peneliti ingin mengidentifikasi fenomena terkait perilaku selfitis yang berpengaruh pada kecenderungan kecanduan media sosial, dan pada kecenderungan narsistik.
- c. Sekolah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian

- d. Belum ada penelitian sebelumnya dengan tema yang sama di sekolah tersebut.

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Persiapan dalam penelitian ini bertujuan untuk meminimalkan potensi adanya kesalahan dalam proses penelitian yang kemungkinan bisa menghambat kelancara dan keberhasilan pebelitian. Tahap yang dilakukan meliputi:

a. Persiapan perizinan

Tahap awal yang perlu dilakukan sebelum pelaksanaan penelitian adalah pembuatan surat izin untuk penelitian. Peneliti menyampaikan surat izin penelitian kepada SMK X yang bertujuan uantuk mendapatkan persetujuan untuk melaksanakan penelitian. Proses ini diawali dengan pengajuan permohonan surat izin penelitian kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, setelah melalui prosedur administrasi, izin penelitian diterbitkan dengan nomor hsurat 2017/C.1/Psi-SA/XII/2024. Surat izin tersebut kemudian ditujukan kepada Kepala Sekolah sebagai pihak yang berwenang memberikan persetujuan, setelah surat permohonan tersebut disetujui oleh pihak sekolah, peneliti selanjutnya diarahkan untuk berkoordinasi dengan Guru Bimbingan Konseling untuk menyesuaikan jadwal penelitian dengan jadwal mata pelajaran Bimbingan Konseling (BK) sebagaimana terlihat pada tabel 5:

Tabel 5. Agenda Penelitian

No.	Tanggal	Keperluan
1.	04 Desember 2024	Meminta surat izin penelitian dari Fakultas Psikologi UNISSULA untuk melakukan penelitian di SMK X pada Hari Rabu, 04 Desember 2024
2.	07 Desember 2024	Mengirim surat izin penelitian di SMK X pada Hari Sabtu, 07 Desember 2024
3.	14 Januari 2025	Melakukan tryout skala penelitian di SMK X
4.	31 Januari 2025	Melakukan penelitian menyebar skala kepada siswi SMK X

b. Penyusunan alat ukur

Peran penting dalam penelitian adalah menyusun alat ukur proses ini merupakan pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Instrument skala yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala psikologis sebagai instrumen yang meliputi serangkaian pernyataan yang dirancang untuk mengetahui karakteristik psikologis tertentu. Skala ini dibuat yang didasarkan pada aspek-aspek dari variabel penelitian yang telah diuraikan melalui aitem pernyataan sederhana dan terstruktur. Peneliti perlu menyiapkan alat ukur sebelum melakukan pengukuran terhadap permasalahan yang ingin diteliti. Peneliti perlu mempersiapkan alat ukur secara cermat agar sejalan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini memakai tiga macam skala sebagai instrumen pengukuran yaitu *Selfitis Behaviour Scale*, *Bergan Social Media Adidiction Scale*, dan *Narcissism Personality Inventory*. Peneliti mengidentifikasi tujuan pengukuran, mencari, dan membandingkan alat ukur yang relevan, kemudia akhirnya alat ukur yang sesuai dengan kebutuhan penelitian dipilih dan disiapkan untuk digunakan. Instrument pengukuran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Skala *Selfitis Behaviour Scale (SBS)*

Skala *Selfitis Behaviour Scale (SBS)* skala ini telah dikembangkan oleh Balakrishnan dan Griffiths (2018) dan telah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Amalia (2020). *Selfitis Behavior Scale* memiliki 20 aitem yang mencakup enam aspek utama perilaku selfitis yaitu peningkatan lingkungan, persaingan sosial, pencarian perhatian, modifikasi suasana hati, kepercayaan diri, konformitas subjektif Setiap aspek mencakup beberapa aitem pernyataan yang mendukung (*favorable*). Sebaran aitem skala *Selfitis Behaviour Scale (SBS)* sebagai berikut:

Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Selfitis Behaviour Scale (SBS)

No.	Aspek	Aitem	Jumlah
		<i>Favourable</i>	
1.	Peningkatan lingkungan	1,7,13,19	4
2.	Persaingan sosial	2,8,14,20	4
3.	Pencarian perhatian	3,9,15	3
4.	Modifikasi suasana hati	4,10,16	3
5.	Kepercayaan diri	5,11,17	3
6.	Konformitas subjektif	6,12,18	3
Total		20	20

2. Skala Kecenderungan kecanduan media sosial

Skala *The Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) skala ini merupakan instrument pengukuran yang dikembangkan oleh Andreassen (2017) dan skala ini telah diadaptasi dalam bahasa Indonesia oleh Sumaryati dkk (2024) yang telah dipastikan relevansi budaya dan bahasa sehingga dapat dipahami dengan mudah. *The Bergen Media Addiction* memiliki 6 aitem yang mencakup enam aspek yaitu *saliency, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, relapse*. Setiap aspek mencakup beberapa aitem pernyataan yang mendukung (*favorable*). Sebaran aitem skala *The Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) sebagai berikut:

Tabel 7. Sebaran Aitem Skala The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)

No.	Aspek	Aitem	Jumlah
		<i>Favorable</i>	
1.	<i>Sailence</i>	1	1
2.	<i>Mood modification</i>	3	1
3.	<i>Tolerance</i>	2	1
4.	<i>Withdrawal</i>	5	1
5.	<i>Conflict</i>	6	1
6.	<i>Relapse</i>	4	1
Total		6	6

3. Skala Kecendrungan Narsistik

Skala *Narcissism Personal Inventory* (NPI-16) adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Skala ini merupakan versi modifikasi yang dikembangkan oleh (Ames dkk., 2006) dan telah

diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Walenta dkk (2022). Skala *Narcissism Personal Inventory (NPI-16)* terdapat 16 pernyataan yang mencakup tujuh aspek yaitu *Authority*, *Self-Sufficiency*, *Superiority*, *Exhibitionism*, *Exploitativeness*, *Vanity*, *Entitlement*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *forced choice* yang berarti setiap subjek diminta untuk menentukan pilihan dengan memilih salah satu dari dua pernyataan yang disediakan. Sebaran Aitem Skala *Narcissism Personal Inventory (NPI-16)* sebagai berikut:

Tabel 8. Sebaran Aitem Skala *Narcissism Personal Inventory (NPI-16)*

No.	Aspek	Jumlah Aitem	Jumlah
		<i>Favorable</i>	
1.	<i>Authority</i>	5,13	2
2.	<i>Superiority</i>	1,9	4
3.	<i>Self SUFFiciency</i>	16,6	2
4.	<i>Exhibitionism</i>	2,14,15	2
5.	<i>Exploitativeness</i>	4,10,8,3	2
6.	<i>Vanity</i>	7,12	3
7.	<i>Entilement</i>	11	1
Jumlah		16	16

c. Uji Coba Alat Ukur

Pengujian terhadap intrumen penelitian merupakan langkah yang sangat penting yang harus dilakukan oleh peneliti untuk mengevaluasi ketepatan serta kemampuan setiap aitem dalam membedakan karakteristik yang diukur. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memenuhi standar validitas dan reliabilitas yang diperlukan sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan sesuai dengan tujuan penelitian. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 14 Januari 2025 di SMK X skala *try out* dibagikan secara langsung dalam bentuk buku skala penelitian kepada siswi kelas X dan kelas XII di SMK X. Pelaksanaan uji coba tersebut, peneliti berhasil mengumpulkan data dari 123 responden yang telah bersedia untuk mengisi skala. Langkah selanjutnya adalah memberikan

skor pada data yang telah diperoleh sehingga dapat dianalisis untuk menentukan item yang layak untuk digunakan dalam penelitian, sementara aitem yang tidak memenuhi kriteria akan dievaluasi lebih lanjut. Aitem dengan daya beda tinggi maka dapat dikatakan aitem tersebut layak untuk digunakan sedangkan aitem dengan daya beda rendah akan dieliminasi dan tidak dimasukkan dalam penelitian. Proses analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 25.0 *for windows* untuk mengestimasi reliabilitas dan indeks daya beda aitem.

3. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat ukur

Pengujian daya beda aitem dilakukan setelah instrumen diisi oleh subjek penelitian untuk menilai daya beda setiap aitem. Pemilihan aitem dilakukan berdasarkan nilai korelasi aitem dan total skor, dengan batas nilai yang umum digunakan yaitu $\geq 0,30$. Jumlah aitem dengan koefisien korelasi aitem-total $\geq 0,30$ lebih dari jumlah yang dibutuhkan, maka dipilih menggunakan indeks daya beda yang paling tinggi, sebaliknya jika jumlah aitem yang memenuhi kriteria belum tercukupi, batas nilai bisa diturunkan menjadi 0,25 untuk mencapai jumlah aitem yang diperlukan (Azwar, 2012). Nilai kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\geq 0,30$ karena aitem telah memadai dan mencerminkan setiap aspek sehingga peneliti tidak menurunkan batas kriteria. Aitem dikategorikan memiliki daya beda tinggi jika koefisien korelasinya $\geq 0,30$ sedangkan aitem dengan daya beda rendah memiliki koefisien korelasi $\leq 0,30$.

Koefisien reliabilitas berkisar dari 0 sampai 1,00. Nilai koefisien semakin mendekati dengan 1,00 maka tingkat konsistensi alat ukur yang digunakan semakin baik, sebaliknya nilai koefisien semakin rendah dan mendekati 0, maka konsistensi alat ukur yang digunakan juga semakin rendah (Azwar, 2012). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk skla perilaku selfitis yang terdiri dari 20 aitem adalah sebesar 0,842 dari jumlah tersebut terdapat 16 aitem dengan daya

beda tinggi dan 4 aitem dengan daya beda rendah. Kriteria koefisien daya beda yang digunakan adalah 0,30. Aitem dengan daya beda tinggi memiliki rentan nilai 0,310 hingga 0,609 sedangkan aitem dengan daya beda rendah memiliki rentan nilai antara 0,053 hingga 0,291. Rincian daya beda aitem pada skala perilaku selfitis dapat dilihat lebih lanjut sebagai berikut:

Tabel 9. Daya Beda Aitem Skala *Selfitis Behaviour Scale (SBS)*

No.	Aspek	Aitem	Daya	Daya
		<i>Favourable</i>	Beda Tinggi	Beda Rendah
1.	Peningkatan lingkungan	1,7,13*,19	3	1
2.	Persaingan sosial	2*,8,14,20*	2	2
3.	Pencarian perhatian	3,9,15	3	-
4.	Modifikasi suasana hati	4,10,16	3	-
5.	Kepercayaan diri	5,11,17	3	-
6.	Konformitas subjektif	6,12,18*	2	1
Total		20	16	4

Ket: (*) Aitem Dengan Daya Rendah

1. Penomoran Ulang

Tahap ini, dilakukan proses penyesuaian ulang terhadap nomor aitem setelah memperoleh hasil analisis daya beda aitem dan reliabilitas aitem. Langkah berikutnya adalah menerapkan hasil tersebut pada skala penelitian dengan mengeliminasi aitem yang memiliki daya beda rendah. Penyesuaian ini dilakukan untuk memastikan bahwa hanya aitem dengan nilai daya beda tertinggi yang akan digunakan dalam penelitian. Rincian penyesuaian nomor aitem dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Sebaran Aitem baru

No	Aspek	Aitem	Jumlah
		<i>Favourable</i>	
1	Peningkatan lingkungan	1,7 (6),19 (16)	3
2	Persaingan sosial	8 (17),14 (12)	2
3	Pencarian perhatian	3(2),9 (8),15 (13)	3
4	Modifikasi suasana hati	4(3),10 (9),16 (14)	3
5	Kepercayaan diri	5 (4),11 (10),17 (15)	3
6	Konformitas subjektif	6 (5),12 (11)	2
Total		20	16

Keterangan: nomor yang berada dalam tanda (...) adalah nomor baru

2. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada hari Jumat, 31 Januari 2025 penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan buku skala penelitian kepada siswi kelas XI yang bersedia berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian. Skala yang sudah dijawab oleh responden kemudian diberikan skor dengan ketentuan yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya dan dianalisis menggunakan *SPSS (Statistical Packages for Social Science)* versi 25 *for windows*.

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Analisis data lanjutan dilakukan setelah semua data penelitian berhasil dikumpulkan, proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memenuhi asumsi-asumsi statistic yang diperlukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Analisis dilakukan dengan menggunakan uji asumsi yang mencakup uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Asumsi

Tahap penting dalam sebuah penelitian adalah uji asumsi, uji asumsi adalah tahap yang digunakan dalam penelitian sebelum melaksanakan analisis data. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan sesuai dengan kriteria statistik tertentu sehingga hasil analisis menjadi valid dan bisa diinterpretasikan dengan baik. Uji asumsi dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan yaitu uji normalitas, uji linearitas dan uji multikolinearitas yang diterapkan pada masing-masing variabel yang diteliti. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0 *for windows*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah distribusi data dalam penelitian terdistribusi dengan normal atau tidak normal. Uji normalitas dilakukan untuk menilai distribusi skor perilaku selfitis, kecenderungan kecanduan media sosial, dan kecenderungan narsistik dengan menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

melalui perangkat lunak *SPSS (Statistical Packages for Social Science)* versi 25.0. Data dapat dikatakan terdistribusi dengan normal apabila nilai signifikansinya $>0,05$ sebaliknya jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data dianggap tidak terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 11:

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Std.Deviasi	Ks-Z	Sig.	P	Ket
Perilaku Selfitis	45,36	5,036	0,092	0,200	$>0,05$	Normal
Kecenderungan Media sosial	19,29	4,065	0,111	0,073	$>0,05$	Normal
Kecenderungan narsistik	18,40	2,456	0,215	0,01	$<0,05$	Tidak Normal

Hasil analisis uji normalitas yang dilakukan terhadap tiga variabel yang diteliti menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang memiliki tingkat signifikansi $p > 0,05$ sementara terdapat satu variabel yang memiliki tingkat signifikansi $p < 0,05$ dari hasil uji normalitas ini maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data untuk variabel perilaku selfitis dan kecenderungan kecanduan media sosial terdistribusi dengan normal, sedangkan untuk variabel kecenderungan narsisti data tidak terdistribusi dengan normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan tahap penting dalam penelitian untuk menentukan apakah terdapat hubungan linear antara variabel-variabel yang dianalisis. Analisis linearitas antar variabel dilakuakn berdasarkan pada nilai *Linierity*. dengan ketentuan bahwa jika nilai *Linierity* $p < 0,05$ maka hubungan antar variabel dianggap linear secara signifikan, sebaliknya jika nilai *Linierity* $p > 0,05$ maka hubungan antar variabel tidak bersifat linear secara signifikan. Pengujian linearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak

SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) dengan tujuan untuk memastikan keakuratan hasil analisis.

Hasil uji linearitas pada hubungan perilaku selfitis dengan kecenderungan kecanduan media sosial menunjukkan nilai koefisien Flinear sebesar 10,897 dengan taraf signifikansi $p = 0,002$ ($p < 0,05$). Hasil uji linearitas pada hubungan selfitis sehingga terdapat hubungan yang linear antara perilaku selfitis dengan kecenderungan kecanduan media sosial. Hasil uji linearitas pada hubungan perilaku selfitis dengan kecenderungan narsistik menunjukkan nilai koefisien Flinear sebesar 0,022 dengan taraf signifikansi $p = 0,881$ ($p > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan linear yang signifikan antara perilaku selfitis dengan kecenderungan narsistik. Hasil uji linearitas dapat dilihat dalam tabel 12:

Tabel 12. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Flinear	Sig.	P	Ket.
Perilaku selfitis dan Kecenderungan kecanduan media sosial	10,897	0,002	<0,05	Linear
Perilaku Selfitis Kecenderungan narsistik	0,022	0,881	>0,05	Tidak linear

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menganalisis korelasi antara variabel dalam suatu model regresi, pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa variabel independent tidak saling berkorelasi secara signifikan. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menganalisis nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Suatu variabel dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai $VIF < 10$ yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel-variabel dan nilai *tolerance* $< 0,1$ menandakan variabel-variabel dapat berfungsi secara independent tanpa saling mempengaruhi satu sama lain. Kriteria ini apabila terpenuhi maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas (Azwar, 2021).

Berdasarkan dari hasil uji multikolinearitas yang dilakukan terhadap kedua variabel bebas pada penelitian ini diperoleh hasil skor *Variance Inflation Factor (VIF)* = 1,031 dan skor *tolerance* = 0,970. Hal ini menunjukkan bahwa skor *Variance Inflation Factor (VIF)* <10 dan skor *tolerance* >0,1. Hasil dari uji multikolinearitas ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah dari masing-masing variabel dan berfungsi secara independent dan tidak saling memberikan pengaruh satu sama lain.

2. Uji Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

Hasil penelitian ini melaksanakan analisis korelasi dengan menaerakan metode regresi berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik terhadap perilaku selfitis. Peneliti menggunakan teknik ini untuk memahami sejauh mana kedua variabel tersebut saling mempengaruhi perilaku selfitis pada siswi SMK X.

Berdasarkan hasil analisis data dilakukan dengan uji korelasi, diperoleh nilai $R = 0,435$ dengan $F_{hitung} = 6,414$ dan tingkat signifikansi 0,003 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis di SMK X. Rumus persamaan garis regresi yang dihasilkan $Y = Ax_1 + Bx_2 + C$ dengan rumus ini kemudian diaplikasikan dalam penelitian menjadi $Y = 0,546 + (-0,198) + 38,466$ dimana Y mempresentasikan untuk perilaku selfitis, X_1 untuk kecenderungan kecanduan media sosial, dan X_2 untuk kecenderungan narsistik. Hasil ini dapat diartikan bahwa rerata perilaku selfitis pada siswi SMK X akan mengalami perubahan sebesar 0,546 untuk setiap peningkatan dalam kecenderungan kecanduan media sosial, sedangkan untuk kecenderungan narsistik terdapat pengaruh negatif sebesar -0,198.

Hasil analisis pertama menunjukkan bahwa kecenderungan media sosial memberikan sumbangan efektif terhadap perilaku selfitis sebesar 18,68% yang dihitung dari $(0,441 \times 0,424 \times 100\%)$ hasil hitungan tersebut diperoleh dari rumus sumbangan setiap variabel dengan rumus yaitu $r_{xy} \times \beta \times 100\%$ $(0,441 \times 0,424 \times 100\%)$ sedangkan untuk kecenderungan narsistik memberikan sumbangan efektif yang jauh lebih kecil yaitu sebesar 0,19% yang didasarkan pada hitungan $(-0,020 \times -0,096 \times 100\%)$. Kedua variabel ini secara simultan memberikan sumbangan efektif total sebesar 18,9% terhadap perilaku selfitis dengan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,189 ini menunjukkan bahwa sekitar 81,1% dari variasi perilaku selfitis dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis pada siswi SMK X sehingga hipotesis pertama dapat diterima.

b. Hipotesis Kedua

Uji hipotesis kedua menggunakan uji korelasi parsial untuk menguji hubungan antara variabel kecenderungan kecanduan media sosial dengan perilaku selfitis. Teknik ini digunakan untuk menentukan sejauh mana keterikatan antara kedua variabel tersebut.

Hasil analisis menunjukkan bahwa, nilai koefisien korelasi parsial $r_{x1y} = 0,434$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan perilaku selfitis pada siswi SMK X. Hubungan positif ini berarti bahwa semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial, maka semakin tinggi juga tingkat perilaku selfitis yang akan ditunjukkan. Hasil tersebut mendukung hipotesis kedua dalam penelitian yaitu menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara

kecenderungan kecanduan media sosial dengan perilaku selfitis sehingga hipotesis yang kedua dapat diterima.

c. Hipotesis Ketiga

Uji hipotesis ketiga penelitian menggunakan uji korelasi parsial untuk menguji hubungan antara variabel kecenderungan kecanduan media sosial dengan perilaku selfitis. Teknik ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana keterikatan anantara kedua variabel tersebut.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh $r_{xy} = -0,105$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,437$ ($p > 0,05$). Nilai signifikansi yang diperoleh $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut pada siswi SMK X. Hal ini menunjukkan kecenderungan narsistik tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap perilaku selfitis sehingga hasil analisis ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua tidak memiliki hubungan positif antara kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis.

C. Deskripsi Hasil Penelitian

Penyajian deskripsi hasil penelitian bertujuan untuk menggambarkan mengenai skor yang diperoleh subjek dari hasil pengukuran sekaligus memberikan penjelasan karakteristik subjek berdasarkan atribut yang diteliti. Pengelompokan subjek pada penelitian ini dilakukan dengan memakai model distribusi normal yang berfungsi untuk mengelompokkan subjek pada tingkatan tertentu dalam setiap variabel yang dianalisis. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih statis terhadap data yang diperoleh. Berikut merupakan norma variabel yang dipakai dalam penelitian ini:

Tabel 13. Kriteria Norma Kategorisasi

Rentan Skor	Kategori
$x > \mu + 1.5\sigma$	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5\sigma < x \leq \mu + 1.5\sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5\sigma < x \leq \mu + 0.5\sigma$	Sedang
$\mu - 1.5\sigma \leq x \leq \mu - 0.5\sigma$	Rendah
$x < \mu - 1.5\sigma$	Sangat Rendah

Keterangan

x: Skor yang diperoleh

μ : Mean Hipotetik

σ : Standar Deviasi Hipotetik

Tinggi rendahnya tingkat perilaku selfitis, kecenderungan kecanduan media sosial, dan kecenderungan narsistik dapat diketahui dari kategori skor yang diperoleh responden pada skala perilaku selfitis, kecenderungan kecanduan media sosial, dan kecenderungan narsistik terdapat lima kategori yang digunakan sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

1. Deskripsi Data Skor Perilaku Selfitis

Skala perilaku selfitis terdiri dari 16 aitem diaman setiap aitem masing-masing diberi skor dalam rentan 1 sampai 4. Skor minimal atau skor total terendah yang diperoleh oleh subjek sebesar 16 dihitung dari (16×1) sedangkan skor tertinggi yang diperoleh subjek sebesar 64 dari (16×4) . Rentan skor hipotetik skala ini adalah 48 dari $(64-16)$. Standar deviasi hipotetik yang dihitung dengan membagi selisih antara skor maksimum dan skor minimum dengan enam $((64-16):6) = 8$. Mean hipotetik diperoleh dengan menghitung rata-rata antara skor maksimal ditambah skor minimal $((64+16):2) = 40$.

Hasil penelitian deskripsi skor empirik skala perilaku selfitis diperoleh nilai skor terendah sebesar 33, nilai skor tertinggi sebesar 56, dengan rantang skor sebesar 23. Nilai mean empirik yang diperoleh adalah 45,36 sementara standar deviasi empiriknya sebesar 4,99. Berikut adalah deskripsi lebih lanjut mengenai distribusi skor skala perilaku selfitis:

Tabel 14. Deskripsi Skor Skala Perilaku Selfitis

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	33	16
Skor Maksimum	56	64
Mean (M)	45,36	40
Standar Deviasi (sd)	5,032	8

Berdasarkan nilai mean empirik yang diperoleh dalam norma kategorisasi distribusi kelompok subjek, dapat disimpulkan bahwa skor subjek berada dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 45,36 untuk memahami karakteristik perilaku selfitis secara menyeluruh, analisis data

dilakukan dengan mengacu pada norma kategorisasi yang telah ditetapkan. Berikut adalah deskripsi lengkap mengenai distribusi data variabel perilaku selfitis berdasarkan norma:

Tabel 15. Kategori Skala Perilaku Selfitis

Norma	Kategori	Jumlah	Presentase
$X > 52$	Sangat Tinggi	4	6,90%
$44 < X \leq 52$	Tinggi	32	55,17%
$36 < X \leq 44$	Sedang	19	32,76%
$28 \leq X \leq 36$	Rendah	3	5,17%
$X < 28$	Sangat Rendah	0	0%
Total		58	100%

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa kategori sangat tinggi terdapat 4 siswi (6,90%), sedangkan kategori tinggi terdapat 32 siswi (55,17) sementara pada kategori sedang terdapat 19 siswi (32,76%). Kategori rendah terdapat 3 siswi (5,17%), dan tidak ada siswi yang masuk dalam kategori sangat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswi yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki skor perilaku selfitis yang berada dalam kategori tinggi dengan kata lain siswi SMK Bina Negara menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi dalam perilaku selfitis. Distribusi skor ini dapat dilihat lebih rinci dalam bentuk gambar norma perilaku selfitis.

Gambar 1. Rentang Angka Skala Perilaku Selfitis

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
x	28	36	44	52	x

2. Deskripsi Data Skor Kecenderungan kecanduan media sosial

Skala kecenderungan kecanduan media sosial terdiri dari 6 aitem diaman setiap aitem masing-masing diberi skor dalam rentan 1 sampai 5. Skor minimal atau skor total terendah yang diperoleh oleh subjek sebesar 6 dihitung dari (6 x 1) sedangkan skor tertinggi yang diperoleh subjek sebesar 30 dari (6 x 5). Rentan skor hipotetik skala ini adalah 24 dari (30-6). Standar deviasi hipotetik yang dihitung dengan membagi selisih antara skor maksimum dan skor minimum dengan enam $((30-6):6) = 4$. Mean hipotetik

diperoleh dengan menghitung rata-rata antara skor maksimal ditambah skor minimal $((30+6):2) = 18$.

Berdasarkan hasil penelitian deskripsi skor empirik skala kecenderungan kecanduan media sosial diperoleh skor minimum sebesar 12, skor maksimum sebesar 26, dengan rentang skor sebesar 14. Nilai mean empirik yang diperoleh adalah 19,29 sementara standar deviasi empiriknya sebesar 4,065. Berikut adalah deskripsi lebih lanjut mengenai distribusi skor skala kecenderungan kecanduan media sosial:

Tabel 16. Deskripsi Skor Skala Kecenderungan kecanduan media sosial

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	12	6
Skor Maksimum	26	30
Mean (M)	19,29	18
Standar Deviasi (sd)	4,065	4

Berdasarkan nilai mean empirik yang diperoleh dalam norma kategorisasi distribusi kelompok subjek, dapat disimpulkan bahwa skor subjek berada dalam kategori sedang dengan nilai rata-rata sebesar 19,29 untuk memahami karakteristik kecenderungan kecanduan media sosial secara menyeluruh, analisis data dilakukan dengan mengacu pada norma kategorisasi yang telah ditetapkan. Berikut adalah deskripsi lengkap mengenai distribusi data variabel kecenderungan kecanduan media sosial berdasarkan norma:

Tabel 17. Kategori Skala Kecenderungan kecanduan media sosial

Norma	Kategori	Jumlah	Presentase
$X > 24$	Sangat Tinggi	7	12,07%
$20 < X \leq 24$	Tinggi	19	32,76%
$16 < X \leq 20$	Sedang	16	27,59%
$12 \leq X \leq 16$	Rendah	14	24,14%
$X < 12$	Sangat Rendah	2	3,45%
Total		58	100%

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa kategori sangat tinggi terdapat 7 siswi (12,07%), sedangkan kategori tinggi terdapat 19 siswi (32,76%) sementara pada kategori sedang terdapat 16 siswi (27,59%). Kategori rendah terdapat 14 siswi (24,14%), dan siswi yang

masuk dalam kategori sangat rendah terdapat 2 siswi (3,45%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswi yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki skor kecenderungan kecanduan media sosial yang berada dalam kategori tinggi dengan kata lain siswi SMK Bina Negara menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi dalam kecenderungan kecanduan media sosial. Distribusi skor ini dapat dilihat lebih rinci dalam bentuk gambar norma kecenderungan kecanduan media sosial.

Gambar 2. Rentang Angka Skala Kecanduan Media Sosial

	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
x	12	16	20	24	x	

3. Deskripsi Data Skor Kecenderungan narsistik

Skala kecenderungan narsistik terdiri dari 16 aitem diaman setiap aitem masing-masing diberi skor dalam rentan 1 sampai 2. Skor minimal atau skor total terendah yang diperoleh oleh subjek sebesar 16 dihitung dari (16×1) sedangkan skor tertinggi yang diperoleh subjek sebesar 32 dari (16×2) . Rentan skor hipotetik skala ini adalah 16 dari $(32-16)$. Standar deviasi hipotetik yang dihitung dengan membagi selisih antara skor maksimum dan skor minimum dengan enam $((32-16):6) = 2,66$. Mean hipotetik diperoleh dengan menghitung rata-rata antara skor maksimal ditambah skor minimal $((32+16):2) = 24$.

Berdasarkan hasil penelitian deskripsi skor empirik skala kecenderungan narsistik diperoleh skor minimum sebesar 16, skor maksimum sebesar 26, dengan rentang skor sebesar 12. Nilai mean empirik yang diperoleh adalah 18,40 sementara standar deviasi empiriknya sebesar 2,45. Berikut adalah deskripsi lebih lanjut mengenai distribusi skor skala kecenderungan narsistik:

Tabel 18. Deskripsi Skor Skala Kecenderungan narsistik

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	16	16
Skor Maksimum	26	32
Mean (M)	18,40	24
Standar Deviasi (sd)	2,45	2,66

Berdasarkan nilai mean empirik yang diperoleh dalam norma kategorisasi distribusi kelompok subjek, dapat disimpulkan bahwa skor subjek berada dalam kategori sangat rendah dengan nilai rata-rata sebesar 18,40 untuk memahami karakteristik kecenderungan narsistik secara menyeluruh, analisis data dilakukan dengan mengacu pada norma kategorisasi yang telah ditetapkan. Berikut adalah deskripsi lengkap mengenai distribusi data variabel kecenderungan kecanduan media sosial berdasarkan norma:

Tabel 19. Kategori Skala Kecenderungan narsistik

Norma	Kategori	Jumlah	Presentase
$X > 27,99$	Sangat Tinggi	0	0%
$25,33 < X \leq 27,99$	Tinggi	1	1,72%
$22,67 < X \leq 25,33$	Sedang	3	5,17%
$20,01 \leq X \leq 22,67$	Rendah	8	13,80%
$X < 20,01$	Sangat Rendah	46	79,31%
Total		58	100%

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa kategori tinggi terdapat 1 siswi (1,72%), sedangkan kategori sedang terdapat 3 siswi (5,17%) sementara pada kategori rendah terdapat 8 siswi (13,80%). Kategori sangat rendah terdapat 46 siswi (79,31%) dan tidak terdapat siswi yang masuk dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswi yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki skor kecenderungan narsistik yang berada dalam kategori sangat rendah dengan kata lain siswi SMK Bina Negara menunjukkan kecenderungan yang sangat rendah dalam perilaku narasistik. Destribusi skor ini dapat dilihat lebih rinci dalam bentuk gambar norma kecenderungan narsistik

Gambar 3. Rentang Angka Skala Kecenderungan narsistik

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
x	20,01	22,67	25,33	27,99	x

D. Pembahasan

Perilaku selfitis merupakan fenomena psikologis yang ditandai dengan pengambilan gambar yang secara obsesif yang disertai dengan keinginan yang

berlebihan untuk mengambil dan membagikan foto *selfie* di media sosial. Perilaku selfitis digunakan untuk mempresentasikan dirinya sendiri di media sosial baik menggunakan *retouching* atau tidak menggunakan *retouching* untuk menutupi kekurangan dalam diri seseorang. Selfitis juga mencerminkan dorongan untuk mencari perhatian, pengakuan, atau penerimaan sosial yang menjadi landasan utama perilaku ini. Selfitis memiliki tiga tingkatan yaitu ambang batas, akut, dan kronis. Perilaku selfitis dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narasistik, keduanya berperan dalam meningkatkan frekuensi dan intensitas individu dalam mengambil dan membagikan foto *selfie*. Kecenderungan kecanduan media sosial mendorong individu untuk selalu berinteraksi dan mendapatkan umpan balik berupa like dan komen, sedangkan kecenderungan narasisme memperkuat dorongan untuk mencari perhatian dan pengakuan dari lingkungan sosial.

Media sosial sebagai bagian dari teknologi komunikasi yang telah dimediasi komputer yang memiliki pengaruh terhadap perubahan perilaku, keyakinan, dan pola komunikasi yang baru terkadang membuat seseorang menggunakan media sosial secara berlebihan sehingga menimbulkan kecanduan. Kecenderungan kecanduan media sosial merupakan kondisi seseorang menunjukkan ketergantungan yang berlebihan terhadap penggunaan media sosial yang ditandai dengan dorongan yang kuat untuk terus merasa terhubung dengan media sosial. Kondisi seperti ini melibatkan rasa terlalu terobsesi terhadap media sosial sehingga dapat mengganggu aktivitas dalam kehidupan.

Narasistik merupakan suatu kondisi psikologis yang ditandai dengan perasaan superioritas, kebutuhan akan kekaguman, dan kurangnya empati terhadap orang lain, seseorang dengan kecenderungan ini akan cenderung memanfaatkan orang lain untuk memperkuat citra diri dan memiliki pandangan berlebihan tentang kemampuan serta kepentingannya sendiri. Seseorang dengan kecenderungan ini akan selalu berusaha untuk selalu terlihat positif dan sering sekali mencari perhatian dan pengakuan dari orang lain untuk memnuhi kebutuhan dirinya. kecenderungan narasistik cenderung lebih aktif dalam mengambil dan mengunggah foto *selfie* sebagai bentuk aktualisasi diri dan untuk mendapatkan validasi dari orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa terdapat hubungan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis pada siswi SMK X. Peneliti menguji korelasi hipotesis pertama diuji menggunakan teknik regresi berganda yang menunjukkan nilai korelasi R sebesar 0,435 dengan $F_{hitung} = 6,414$ dan tingkat signifikansi 0,003 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis di SMK X. Hasil ini dapat diartikan bahwa rerata perilaku selfitis pada siswi SMK X akan mengalami perubahan sebesar 0,546 untuk setiap peningkatan dalam kecenderungan kecanduan media sosial, sedangkan untuk kecenderungan narsistik terdapat pengaruh negatif sebesar -0,198.

Hasil analisis pertama menunjukkan bahwa kecenderungan kecanduan media sosial memberikan sumbangan efektif terhadap perilaku selfitis sebesar 18,68% sedangkan untuk kecenderungan narsistik memberikan sumbangan efektif yang jauh lebih kecil yaitu sebesar 0,19%. Kedua variabel ini secara simultan memberikan sumbangan efektif total sebesar 18,9% terhadap perilaku selfitis dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,189 ini menunjukkan bahwa sekitar 81,1% dari variasi perilaku selfitis dipengaruhi oleh faktor lain yang berupa faktor demografi, jenis kelamin, usia, dll.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan adanya hubungan positif antara kecenderungan kecanduan media sosial dengan perilaku selfitis. Hasil uji hipotesis dengan perolehan nilai $r_{xy} = 0,434$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Nilai ini menyatakan adanya hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dan perilaku selfitis pada siswi SMK X. Hubungan positif ini menandakan bahwa semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial, semakin tinggi juga tingkat perilaku selfitis yang akan ditampilkan. Hasil ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dengan perilaku selfitis sehingga hipotesis yang kedua dapat diterima.

Hipotesis kedua yaitu terdapat hubungan positif antara variabel kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis. Hasil uji hipotesis yang diperoleh

berupa $r_{xy} = -0,105$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,437$ ($p > 0,05$). Nilai signifikansi yang diperoleh $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis pada siswi SMK X. Hal ini menunjukkan kecenderungan narsistik tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap perilaku selfitis sehingga hasil analisis ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua menyatakan tidak terdapat hubungan positif antara kecenderungan narsistik dan perilaku selfitis ditolak. Beberapa penelitian juga menyatakan bahwa narsistik tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku selfitis dalam penelitian yang berjudul "*Selfie Taking May Be Nonharmful: Evidence from Adaptive and Maladaptive Narcissism Among Chinese Young Adults*" (Wu dkk., 2019) menjelaskan bahwa selfie tidak berhubungan secara signifikan dengan kecenderungan narsistik. Penelitian yang berjudul "Selfie Gangguan Narsistik" yang ditulis oleh Husni (2019) menunjukkan hubungan antara *selfie* dengan kecenderungan gangguan kepribadian narsistik tidak signifikan atau lemah.

Deskripsi skor skala perilaku selfitis memiliki rerata skor yang berada dalam kategori tinggi didapatkan hasil berupa mean empirik $45,36$ dan mean hipotetik sebesar 40 . Tingkat perilaku selfitis dalam kategori tinggi karena siswi SMK X memiliki kecenderungan yang tinggi untuk mengambil dan mengunggah foto selfie. Perilaku selfitis dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keinginan untuk mendokumentasikan momen tertentu, memperoleh validasi sosial melalui interaksi di media sosial serta sebagai bentuk ekspresi diri. Hasil ini menunjukkan bahwa kecenderungan siswi SMK X ini belum mengarah pada pola perilaku obsesif atau kompulsif, melainkan masih berada dalam batas wajar sesuai dengan tren sosial di kalangan remaja.

Deskripsi skor skala kecenderungan kecanduan media sosial menunjukkan bahwa rerata skor berada pada kategori tinggi, dengan hasil mean empirik sebesar $19,29$ dan mean hipotetik sebesar 18 . Hasil ini menunjukkan bahwa siswi SMK Bina Negara memiliki kecenderungan yang cukup tinggi untuk menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, meskipun belum mencapai tingkat yang mengarah pada ketergantungan yang ekstrem. Penggunaan media sosial oleh subjek

kemungkinan besar dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan akan interaksi sosial, akses terhadap informasi, serta dorongan untuk mengekspresikan diri di media sosial.

Deskripsi skor skala kecenderungan narsistik menunjukkan bahwa rerata skor berada dalam kategori rendah, dengan hasil mean empirik sebesar 18,40 dan mean hipotetik sebesar 24. Hasil ini menunjukkan bahwa siswi SMK X cenderung memiliki tingkat narsistik yang lebih rendah dibandingkan dengan standar hipotetik yang telah ditetapkan. Rendahnya tingkat kecenderungan narsistik ini menunjukkan bahwa subjek kurang memiliki dorongan yang kuat untuk mencari pengakuan dan validasi dari orang lain, baik dalam lingkungan sosial secara langsung maupun melalui media sosial.

Hasil analisis yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, kecenderungan kecanduan media sosial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku selfitis, yang berarti semakin tinggi tingkat ketergantungan seseorang terhadap media sosial maka akan semakin besar kemungkinan seseorang akan berperilaku selfitis. Sebaliknya, kecenderungan narsistik tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku selfitis yang menunjukkan bahwa kebutuhan akan pengakuan dan validitas dari orang lain bukan merupakan faktor utama yang mendorong perilaku selfitis pada siswi SMK X. Penelitian ini juga menegaskan bahwa kecenderungan kecanduan media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku selfitis, faktor lain di luar kecenderungan narsistik juga perlu diperhitungkan dalam memahami dinamika perilaku selfitis.

E. Kelemahan Penelitian

Berdasarkan temuan penelitian yang dilaksanakan, terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang meliputi:

- a. Keterbatasan dalam mencari subjek perempuan, mengingat SMK Bina Negara didominasi oleh siswa laki-laki. Hal ini dapat mempengaruhi generalisasi temuan penelitian terhadap jumlah populasi yang lebih luas.
- b. Pemberian kategori pada variabel kecenderungan narsistik kurang sesuai dengan model skala yang digunakan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian, ditemukan bahwa kecenderungan kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik secara simultan berkontribusi terhadap perilaku selfitis dengan kontribusi efektif sebesar 18,90%. Uji hipotesis pertama menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kecenderungan kecanduan media sosial dengan perilaku selfitis. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial, maka akan semakin tinggi juga perilaku selfitis yang ditampilkan. Sebaliknya jika kecenderungan kecanduan media sosial rendah maka perilaku selfitis juga cenderung lebih rendah pada siswi SMK X. Uji hipotesis ketiga mengungkapkan bahwa kecenderungan narsistik tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku selfitis, sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan positif antara kecenderungan narsistik dengan perilaku selfitis tidak didukung oleh data yang diperoleh dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, uji hipotesis, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Siswi

Siswi diharapkan dapat membatasi penggunaan media sosial dengan menetapkan durasi maksimal tidak lebih dari 3 jam per hari. Pembatasan ini bertujuan untuk mengurangi risiko kecenderungan kecanduan media sosial, yang dapat memicu perilaku selfitis. Siswi juga disarankan untuk mengalokasikan waktu lebih banyak pada aktivitas yang lebih bermanfaat, seperti membaca, berolahraga, berinteraksi langsung dengan teman atau keluarga, sehingga dapat membantu mengurangi ketergantungan pada media sosial

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih beragam, baik dari segi jenis kelamin maupun latar belakang pendidikan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ackerman, R. A., Witt, E. A., Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., & Kashy, D. A. (2011). What does the Narcissistic personality inventory really measure? *Assessment*, *18*(1), 67–87. <https://doi.org/10.1177/1073191110382845>
- Amalia, I. (2020). *Hubungan Smartphone Addictin dan Selfitis Behavior pada Remaja di Indonesia*. <https://www.researchgate.net/publication/347295544>
- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality*, *40*(4), 440–450. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2005.03.002>
- Ananda Harisa, S., Asriwandari MSi, H., & Asriwandari MSi Jurusan Sosiologi, H. (2017). Behaviour of Taking Selfie as The Emetgence of Trend in Modern Life Style Perilaku Berfoto Selfie Sebagai Kecenderungan Munculnya Gaya Hidup Modern (Studi tentang Kegiatan Berfoto Selfie pada Mahasiswa di Universitas Riau). In *Februari Jom Fisip*.
- Anderson, B., Fagan, P., Woodnutt, T., & Chamorro-Premuzic, T. (2012). Facebook psychology: Popular questions answered by research. *Psychology of Popular Media Culture*, *1*(1), 23–37. <https://doi.org/10.1037/a0026452>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, *64*, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Ann Liebert, M., & Young, K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. In *CyberPsychology & Behavior* (Vol. 1, Issue 3).
- Annur., M. C. (2021, June 29). *Pengguna Instagram di Indonesia Mayoritas Perempuan*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi/telekomunikasi/statistik/8974dcc2e1898bd/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>
- Azwar. (2021). *Asumsi-asumsi Dalam Inferensi Statistika*.
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2018a). An Exploratory Study of “Selfitis” and the Development of the Selfitis Behavior Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *16*(3), 722–736. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9844-x>
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2018b). An Exploratory Study of “Selfitis” and the Development of the Selfitis Behavior Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *16*(3), 722–736. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9844-x>

- Bansal, A., Garg, C., Pakhare, A., & Gupta, S. (2018). Selfies: A boon or bane? *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 7(4), 828. https://doi.org/10.4103/jfmipc.jfmipc_109_18
- Barfi, K. A., Bervell, B., & Arkorful, V. (2021). Integration of social media for smart pedagogy: initial perceptions of senior high school students in Ghana. *Education and Information Technologies*, 26(3), 3033–3055. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10405-y>
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020a). Selfie-engagement on social media: Pathological narcissism, positive expectation, and body objectification – Which is more influential? *Addictive Behaviors Reports*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100263>
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020b). Selfie-engagement on social media: Pathological narcissism, positive expectation, and body objectification – Which is more influential? *Addictive Behaviors Reports*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100263>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bramasta bayu, dandy dan H. sari. (2021). *Viral, Video Detik-detik Seorang Perempuan Tewas Tertabrak Kereta Api Sesaat Setelah Selfie di Rel Halaman all* - *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/08/104600465/viral-video-detik-detik-seorang-perempuan-tewas-tertabrak-kereta-api-sesaat?page=all>
- Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology*, 10(2). <https://doi.org/10.5817/CP2016-2-7>
- Choukas-Bradley, S., Roberts, S. R., Maheux, A. J., & Nesi, J. (2022). The Perfect Storm: A Developmental–Sociocultural Framework for the Role of Social Media in Adolescent Girls’ Body Image Concerns and Mental Health. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 25(4), 681–701. <https://doi.org/10.1007/s10567-022-00404-5>
- Dailey, S. L., Howard, K., Roming, S. M. P., Ceballos, N., & Grimes, T. (2020). A biopsychosocial approach to understanding social media addiction. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(2), 158–167. <https://doi.org/10.1002/hbe2.182>
- Dhillon, S. K. (2019). *Narcissism as cause of selfitis behaviour and low self-esteem: Gender and developmental differences*. 6–1.

- Dorčić, T. M., Smojver-Ažić, S., Božić, I., & Malkoč, I. (2023). Effects of Social Media Social Comparisons and Identity Processes on Body Image Satisfaction in Late Adolescence. *Europe's Journal of Psychology*, 19(2), 220–231. <https://doi.org/10.5964/ejop.9885>
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 121–134. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220>
- Gomez, R., Zarate, D., Brown, T., Hein, K., & Stavropoulos, V. (2024). The Bergen–Social Media Addiction Scale (BSMAS): longitudinal measurement invariance across a two-year interval. *Clinical Psychologist*, 28(2), 185–194. <https://doi.org/10.1080/13284207.2024.2341816>
- Greenfield, P. M. (2009). Linking Social Change and Developmental Change: Shifting Pathways of Human Development. *Developmental Psychology*, 45(2), 401–418. <https://doi.org/10.1037/a0014726>
- Hadiarni. (2016). *Psikopatologi Akibat Kecenderungan kecanduan media sosial dan Bimbingan Konseling Islami sebagai Alternatif Solusi*.
- Hidayat, R. N., & Harahap, F. (2023). *Acta Psychologia Hubungan perilaku selfitis dengan imaginary audience pada remaja di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Vol. 05, Issue 02).
- Hitaishi, et. al. (2022). *"Influence of Media on Women's Construction of Psycho-social Identity-body Image: Reinforcing Stereotypical Attractiveness*. www.nedc.com.au
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Ismanto, I. (2019). Selfie: Budaya Identitas Remaja Surabaya. In *Jurnal Kajian Seni* (Vol. 05, Issue 02).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Koç, A., Gökler, M. E., & Bilgehan, T. (2019). Social media addiction and obsessive selfie behavior in university students in terms of social media usage frequency. *YeniSymposium*, 57(4), 15–20. <https://doi.org/10.5455/NYS.20200422065418>
- Kurniasari, Luvy. , dan R. E. (2017). *36 Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi*. www.emeraldinsight.com/

- Lin, C. Y., Lin, C. K., Imani, V., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020). Evaluation of the Selfitis Behavior Scale Across Two Persian-Speaking Countries, Iran and Afghanistan: Advanced Psychometric Testing in a Large-Scale Sample. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(1), 222–235. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00124-y>
- Longe, E. (2023). *Social Media: Rhetoric and Reality*.
- Luvy, K., & Rachmah, N. E. (2017). *Relasi Narsisme dan Konsep Diri pada Pengguna Instagram*. www.emeraldinsight.com/
- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). “Selfie” harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27, 86–92. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- Perrotta, G. (2021). Iss S5 Citation: Giulio Perrotta, Narcissism and Psychopathological Profiles: Definitions, Clinical Contexts, Neurobiological Aspects and Clinical Treatments. *Clinical Review* |, 4(S5), 12–25. <https://doi.org/10.46619/joccr.2021.S5-1003>
- Pontes, H. M., & Griffiths, M. D. (2017). The development and psychometric evaluation of the Internet Disorder Scale (IDS-15). *Addictive Behaviors*, 64, 261–268. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2015.09.003>
- Puthiyakath, H. H., Anjali R, Angel, S., & Goswami, M. P. (2024). Selfie Syndrome: A Study of Selfitis and Narcissism Among Young Adults. *Journal of Creative Communications*. <https://doi.org/10.1177/09732586231223603>
- Ramadhan, R., Aminulloh, A., & Yasak, E. M. (2017). *Fenomena Selfie (Berfoto Sendiri) di Akun Media Sosial Path Sebagai Bentuk Ekspresi Diri (Pada Remaja SMK PGRI 3 Malang)*. 6(1), 63. www.publikasi.unitri.ac.id
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. In *Journal of Personality and Social Psychology* (Vol. 54, Issue 5).
- Risnasari, N., Aizah, S., Wati, S. E., Oktavia, E. V., & Nuur, A. L. (2022). Edukasi Tentang Selfitis Untuk Menurunkan KECenderungan Selfi pada Remaja di RT 002 RW 007 Kelurahan Sembung Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 57–63. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v1i2.18286>
- Rosyidah. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyimpangan Perilaku pada Siswa*.
- Salomon, I., & Brown, C. S. (2019). The Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image.

Journal of Early Adolescence, 39(4), 539–560.
<https://doi.org/10.1177/0272431618770809>

Sari, D. P. (2021). Gangguan Kepribadian Narsistik dan Implikasinya Terhadap Kesehatan Mental. *Islamic Counseling : Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 5(1), 93. <https://doi.org/10.29240/jbk.v5i1.2633>

Siyoto, Sandu. , S. A. M. (2015). *metode penelitian*.

Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022 - Badan Pusat Statistik Indonesia. (n.d). Retrieved July 21, 2024, from <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>

Sumaryati, I. U., Agustin, D., Sirodj, N., & Gadama, M. (2024). Adaptasi Indonesia Bergen Social Media Addiction Scale Indonesia Bergen Social Media Addiction Scale Adaptation. In *Jurnal Psikogenesis*.

Suwartono. (2014). *DasarDasarMetlit_original*.

van Oosten, J. M. F., Vandenbosch, L., & Peter, J. (2023). Predicting the use of visually oriented social media: The role of psychological well-being, body image concerns and sought appearance gratifications. *Computers in Human Behavior*, 144. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107730>

Vincent, J. (2014, March 31). *American Psychiatric Association Makes it OFFICIAL: 'Selfie' A Mental Disorder The Adobo Chronicles*. Adobo Chronicles. <https://adobochronicles.com/2014/03/31/american-psychiatric-association-makes-it-official-selfie-a-mental-disorder/>

Walenta, W., Elgeka, H. W. S., & Tjahjoanggoro, A. J. (2022). Narsisisme dan Harga Diri Perempuan Generasi Z terhadap Pembelian Kompulsif. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.22146/gamajop.66627>

Waliy Purnomo, A., & Handayani, W. E. (2021). Fenomena Foto Selfie dan Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Fenomena Selfie di Media Sosial Instagram di Kalangan Pegawai Gramedia Hartono Mall Solo Baru). In *Fenomena Foto*.

Widiyanti, W., Solehuddin, M., & Saomah, A. (2017). *Profil Perilaku Narsisme Remaja serta Implikasinya bagi Bimbingan dan Konseling*.

Widodo, S. dan A. F. (2023). *Wisatawan yang Tersapu Ombak Saat "Selfie" di Tebing Ditemukan Tewas*.

<https://surabaya.kompas.com/read/2023/11/14/160104478/wisatawan-yang-tersapu-ombak-saat-selfie-di-tebing-ditemukan-tewas>

Wu, M. S., Song, C., & Ma, Y. (2019). Selfie taking may be nonharmful: Evidence from adaptive and maladaptive narcissism among Chinese young adults. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1(3), 240–244. <https://doi.org/10.1002/hbe2.166>

