

**Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *TikTok* Terhadap  
Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Wahyu Siska Defi  
201810230311289**

**Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Malang  
2025**

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *TIKTOK*  
TERHADAP KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISME PADA GENERASI Z**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai  
Salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



Wahyu Siska Defi  
NIM : 201810230311289

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2025**

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Wahyu Siska Defi**

**Nim : 201810230311289**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal, 15 April 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan  
memperoleh gelar Sarjana (S1) Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Malang

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI :

Ketua/Pembimbing I,

  
**Putri Saraswati, S.Psi.,M.Psi**

Anggota I

  
**Dr. Ari Firmanto.,M.Si**

Anggota II

  
**Nandy Agustin Syakarofath, S.Psi.,M.A**

Mengesahkan

D e k a n,



  
**Dr. R. Siti Suminarti Fasikhah, M.Si**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wahyu Siska Defi

Nim : 201810230311289

Fakultas/ jurusan : Psikologi

Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/karya ilmiah yang berjudul:

**"Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *TikTok* Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z"**

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya
2. Hasil tulisan karya ilmiah/skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan hak bebas royalti non eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber berprestasi


Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Malang, 17 April 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi

Putri Saraswati, S. Psi., M. Psi



Yang Menyatakan



Wahyu Siska Defi

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *TikTok* Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z” Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses pengerjaan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Siti Suminarti Fasikha, M.Si., Psikolog., selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang
2. Putri Saraswati, S.Psi., M.Psi., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Assoc. Prof. Dr., H. Latipun, M. Kes. sebagai dosen wali kelas Psikologi E 2018 dan teman-teman Psikologi E 2018 yang selalu senantiasa memberikan dukungan dari awal hingga masa akhir perkuliahan.
4. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang dalam memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan berlangsung.
5. Bapak dan Mama tersayang yang senantiasa selalu menjadi alasan terbesar penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik dan selalu mendoakan agar diberikan kelancaran hingga kemudahan dalam setiap urusan.
6. Dedy Susanto selaku saudara penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis hingga sampai di tahap ini.
7. Fawaz Dzulfaqar, Indah Nuraini, Aulia Melina, Huriyatul Hukama dan seluruh teman dekat serta rekan penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu memberikan dukungan, tenaga hingga waktu luang selama penyusunan skripsi berlangsung.
8. Terakhir, kepada diri saya sendiri atas segala doa dan semangatnya yang mampu bertahan, berusaha dan tidak mudah menyerah saat melewati hari baik maupun buruk selama perkuliahan dan menulis naskah skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan kritik, saran dan juga evaluasi yang membangun. Harapannya karya ini dapat menjadi karya yang bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca karya ini.

Malang, 6 April 2025

Penulis

Wahyu Siska Defi

## DAFTAR ISI

Skripsi.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
Abstrak.....	1
Generasi Z.....	2
Narsisme.....	4
Aspek-aspek Narsisme.....	4
Media Sosial <i>TikTok</i> .....	5
Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>TikTok</i> .....	5
Intensitas Penggunaan <i>TikTok</i> Terhadap Kecenderungan Sikap Narsisme.....	6
Hipotesis Penelitian.....	7
METODE PENELITIAN.....	7
Rancangan Penelitian.....	7
Subyek Penelitian.....	8
Variabel dan Instrumen.....	8
Prosedur dan Analisa Data.....	9
HASIL PENELITIAN.....	10
DISKUSI.....	11
SIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	13
DAFTAR PUSTAKA.....	15
LAMPIRAN.....	18

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Deskripsi Penelitian.....	8
Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas Instrumen .....	10
Tabel 3. Kategorisasi Hipotetik Variabel Penelitian .....	10



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Blue Print Skala .....	19
Lampiran 2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok.....	20
Lampiran 3. Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z.....	22
Lampiran 4. Uji Validitas Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok .....	27
Lampiran 5. Uji Validitas Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z.....	27
Lampiran 6. Uji Normalitas Shapiro-Wilk.....	29
Lampiran 7. Mean dan Standar Deviation.....	30
Lampiran 8. Data Demografis Subjek.....	30
Lampiran 9. Tabulasi Data .....	31



# Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z

Wahyu Siska Defi  
Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang  
[siskadefiwahyu@gmail.com](mailto:siskadefiwahyu@gmail.com)

**Abstrak.** Dewasa ini berkembangnya media sosial yang sangat digemari oleh generasi Z. Sehingga generasi tersebut dengan sangat mudah terkena perilaku narsisme. Perilaku narsisme merupakan gangguan kesehatan yang dapat diderita oleh seseorang karena tingkat kepercayaan diri dan kecintaan pada diri sendiri sudah melewati batasnya. Sesuai dengan tujuh aspek yang diutarakan oleh ahli terkait aspek-aspek narsisme. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku narsisme adalah intensitas penggunaan media sosial TikTok yang sangat digemari oleh generasi sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk melihat terdapatnya pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada generasi z. Subjek penelitian ini berjumlah 60 responden yang termasuk ke dalam generasi z, dengan rentang usia 22-26 tahun yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Instrumen yang digunakan berdasarkan pada aspek narsisme oleh Robert Raskin dan Howard Terry dengan pernyataan dengan skala *Likert* untuk mengukur kecenderungan perilaku narsisme dan aspek intensitas penggunaan media sosial oleh Del Barrio untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial TikTok. Metode analisis yang digunakan yaitu metode permasamaan regresi linier sederhana dan uji parsial dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z dengan hasil uji parsial  $2,800 > 2,002$ . Serta hasil signifikansi uji parsial yaitu  $0,007 < 0,05$ .

Kata kunci : Intensitas Penggunaan TikTok, Perilaku Narsisme, Generasi Z

**Abstract.** Nowadays, the development of social media is very popular with generation Z. So that this generation is very easily affected by narcissistic behavior. Narcissistic behavior is a health disorder that can be suffered by someone because the level of self-confidence and self-love has exceeded its limits. In accordance with the seven aspects expressed by experts regarding aspects of narcissism. One of the factors that can influence narcissistic behavior is the intensity of the use of TikTok social media which is very popular with the current generation. This study aims to see the influence between the intensity of TikTok social media use on the tendency of narcissistic behavior in generation z. The subjects of this study were 60 respondents who belonged to generation z, with an age range of 22-26 years who were taken using the accidental sampling technique. The instrument used was based on the narcissism aspect by Robert Raskin and Howard Terry with statements with a *Likert* scale to measure the tendency of narcissistic behavior and the intensity aspect of social media use by Del Barrio to measure the intensity of TikTok social media use. The analysis method used is the simple linear regression equation method and partial test with the help of the SPSS version 22 program. The results of the study showed that there was a significant influence between the Intensity of TikTok Social Media Use on the Tendency of Narcissistic Behavior in Generation Z with partial test results of  $2.800 > 2.002$ . And the results of the partial test significance are  $0.007 < 0.05$ .

**Keywords:** Intensity of TikTok Use, Narcissistic Behavior, Generation Z

Generasi Z atau yang biasa disebut Gen Z adalah generasi pertama yang tumbuh dalam era digital, yang mana Gen Z ini terdiri dari orang-orang yang lahir tahun 1997 hingga 2012. Mereka telah terpapar teknologi sejak dini dan saat ini telah menjadi pengguna aktif di berbagai *platform digital* terutama media sosial. Gen Z dikenal sebagai *digital natives* yang menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial dan hal itu sangat mempengaruhi cara mereka berinteraksi, berkomunikasi dan mengakses informasi. Gen Z menggunakan media sosial secara luas dalam kehidupan sehari-hari mereka, bukan hanya untuk berkomunikasi dan bersosialisasi, tetapi juga untuk mengekspresikan diri, mendapatkan informasi dan membangun identitas. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari terutama di kalangan remaja. Salah satu media terpopuler saat ini adalah TikTok, menawarkan pengalaman interaktif dan hiburan yang dapat mengalihkan pengguna dari tekanan sehari-hari. Media sosial saat ini sangat digemari oleh Gen Z. Internet dan media sosial saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan bagi Gen Z. Adanya internet mampu memberikan kemudahan bagi pengguna sebagai cara dalam berinteraksi dengan manusia. Namun tentu saja teknologi yang disajikan mempunyai dampak negatif dan positif. Khususnya Gen Z, tidak sedikit yang menggunakan kecanggihan teknologi sebagai ajang untuk mencari perhatian banyak orang. Media sosial memegang peranan penting sebagai sarana ekspresi diri atau realisasi diri oleh penggunanya (Rustandi & Muchtar, 2020). Salah satu media sosial yang paling banyak digemari saat ini adalah aplikasi *TikTok*.

*TikTok* sebagai sarana informasi menjadi fenomena sosial yang patut untuk dicermati karena banyaknya masyarakat yang tertarik memiliki akun *TikTok* sebagai aplikasi media sosial populer. *TikTok* disukai oleh Gen Z karena karakteristik *TikTok* yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya. Seolah-olah dengan penggunaan *TikTok*, Gen Z dapat mengungkapkan identitas atau jati dirinya masing-masing. Dapat dikatakan kemunculan aplikasi *TikTok* juga memberikan dampak positif bagi penggunanya seperti menunjukkan bakat mereka baik itu menyanyi, menari atau bahkan menampilkan video bernuansa religius (Devi & Satwika, 2022). Selain itu *TikTok* juga dianggap sebagai aplikasi yang bermanfaat karena banyak video yang berisikan tutorial, *life hacks*, dan beberapa tips dan informasi yang bermanfaat bagi pengguna yang mana sebelumnya tidak mereka ketahui. Maraknya pengguna *TikTok* membuat penggunanya menjadi ketagihan. Orang-orang menjadi semakin gemar *show off* atau menampilkan dirinya pada khalayak ramai dikarenakan *TikTok* memberikan kebebasan dalam mengunggah foto atau video mereka pada khalayak. Namun semakin maraknya pengguna *TikTok* saat ini juga memberikan dampak negatif.

Di Indonesia, kasus yang cukup menghebohkan di *TikTok* adalah viralnya video *TikTok* seorang wanita yang membagikan video dirinya memakan es krim dengan cara yang tidak senonoh. Wanita itu terlihat berjongkok di hadapan seorang pria yang mengarahkan es krimnya tepat di depan alat vital pria tersebut. Yang membuat masyarakat geram, adalah wanita ini menggunakan jilbab tetapi melakukan hal yang tidak wajar selayaknya wanita berhijab (Suara Merdeka Solo, 2023). Fenomena tersebut menimbulkan kepercayaan diri yang berlebihan sehingga memberikan contoh buruk dan pesan yang ambigu terhadap publik. Oleh karenanya, mayoritas pengguna *TikTok* cenderung merasa percaya diri dalam membagikan foto atau video baik itu memberikan dampak positif ataupun dampak negatif bagi pemirsanya, sehingga memunculkan sikap narsisme pada kalangan pengguna *TikTok*.

Di samping itu perilaku narsisme pada generasi z dewasa ini menurut RRI.co.id disebabkan karena kebutuhan akan validasi, semakin banyak orang yang nirempati, eksploitasi sosial demi

kepentingan pribadi, dan sensitivitas pada kritik. Hal tersebut dibuktikan dengan maraknya fenomena orang berlomba-lomba agar kontennya viral. Seperti kasus salah satu *food vlogger* yang terkena *blacklist* yaitu Debi Pratama, salah satu *reviewer* kuliner yang baru merintis dan sering membagikan kontennya di media sosial TikTok dan Instagram. Dilansir dari Liputan 6.com sosoknya menjadi viral dan kontroversional setelah memberikan ulasan buruk pada salah satu warung rawon di daerah Yogyakarta. Pasalnya, dia sering memberikan ulasan yang buruk sehingga memberikan dampak negatif bagi UMKM kuliner yang telah dikritiknya. Kasus ini sesuai dengan salah satu sebab munculnya perilaku narsisme yang dilansir oleh RRI.co.id. Kasus Debi Pratama ini secara tidak langsung memunculkan perilaku nirempati dan eksploitasi sosial demi kepentingan pribadi. Selain itu, kasus ini memicu perilaku haus akan validasi agar kontennya menjadi viral di media sosial. Secara tidak langsung muncul perilaku narsisme yang menjadi efek negatif bagi pengguna ataupun penonton media sosial tersebut.

Dewasa ini juga maraknya fenomena *flexing* yang terjadi di media sosial terutama pada aplikasi TikTok. Fenomena pamer atau *flexing* ini juga diikuti oleh para generasi Z. Sebagaimana yang ditulis di Kumparan.com yang ditulis oleh Azmalita Bintang Mahadewi bahwa *flexing* atau dikenal sebagai sebuah fenomena memamerkan kemewahan dan gaya hidup yang cukup mahal, seperti foto-foto liburan hingga koleksi barang-barang mewah. Aktivitas *flexing* yang dilakukan oleh para Gen Z tidak hanya sebagai bentuk mengekspresikan diri, tetapi juga menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian teman atau *followers*, meningkatkan citra di kehidupan social, dan tidak jarang pula untuk mendapatkan validasi ataupun pujian. Hal tersebut termasuk ke dalam aspek narsisme sehingga dapat menimbulkan perilaku narsisme bagi para pengguna aplikasi TikTok.

Narsisme adalah gangguan kepribadian dimana seseorang memiliki perasaan cinta yang berlebihan terhadap diri sendiri. Orang yang mengalami gejala ini disebut narsisis (*narcissist*). Sigmund Freud memaknai istilah narsis dengan mengambil dalam tokoh mitos Yunani yaitu Narkissos yang terlalu terobsesi dan mencintai dirinya sendiri (Thiro, Sinolungan, & Pali, 2021). Orang yang memiliki sikap narsisme gemar sekali mengharapkan pujian dari orang lain.

Narsisme melibatkan serangkaian karakteristik kepribadian, biasanya melibatkan keegoisan. Narsisme mengacu pada ciri-ciri kepribadian yang ditandai dengan keagungan dan pandangan diri yang terlalu positive, terutama dalam hal popularitas sosial dan penampilan pribadi. Orang yang memiliki sifat narsisme memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas dan hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut kesenangan diri sendiri (Fatmasari, 2017). Tindakan seperti ini bisa merugikan diri sendiri dan orang lain jika dilakukan secara terus menerus dan hal ini bisa di indikasikan sebagai gangguan kepribadian (Sakinah, Zatrachadi, & Darmawati, 2019).

Saat ini intensitas penggunaan *Tiktok* bagi orang yang memiliki sifat narsisme adalah alat bagi mereka untuk mengaktualkan dirinya sendiri, membesar-besarkan diri mereka dengan memposting foto atau video mereka di *Tiktok* dengan harapan mendapatkan pengakuan dan apresiasi dari orang lain. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilian dkk (2019) mengatakan bahwa penggunaan aplikasi *Tiktok* saling berpengaruh dengan adanya perilaku narsisme pada siswa SMP. Disebutkan bahwa siswa di sekolah menengah pertama sering menampilkan suatu pola yang berlebihan, yaitu rasa percaya diri yang tinggi serta tidak dapat menyesuaikan dengan keadaan diri sendiri dan orang lain.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Darwaish dan Nazneen (2022) mengatakan bahwa intensitas penggunaan *Tiktok* berperan penting dalam meningkatkan munculnya sifat narsisme pada remaja yang belum menikah dibandingkan dengan remaja yang sudah menikah. Selain itu menurut Adawiyah (2020) dalam penelitiannya penggunaan media sosial *Tiktok* dapat meningkatkan kepercayaan diri bagi penggunanya.

Berdasarkan latar belakang di atas tujuan peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan tiktok terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada Gen Z. Alasan peneliti memilih penelitian tentang pengaruh intensitas penggunaan tiktok terhadap kecenderungan perilaku narsisme ialah untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan tiktok sebagai variabel independen dapat menjadi salah satu predictor terhadap kecenderungan perilaku narsisme sebagai variabel dependen. Selain itu, peneliti hanya ingin mengetahui pengaruh satu arah yang hanya ditimbulkan oleh intensitas penggunaan media sosial TikTiok terhadap adanya kecenderungan perilaku narsisme. Adapun alasan peneliti memilih Gen Z sebagai subjek penelitian karena saat ini Gen Z adalah generasi yang melek akan media sosial. Adapun manfaat dari penelitian ini memiliki banyak manfaat secara teoritis, praktis, dan bagi penulisnya sendiri. Secara teoritis, penelitian ini memberikan informasi yang lebih baik untuk penelitian lain dengan topik yang sama, yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian berikutnya. Kemudian manfaat secara praktis, di mana penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pemikiran untuk memecahkan masalah yang terjadi dan memberikan solusi yang berguna di masa depan. lalu untuk penulis sendiri untuk lebih meningkatkan lagi kemampuan berpikir dalam menganalisis permasalahan yang ada pada penelitian tersebut.

## **Narsisme**

Narsisme lebih dikenal oleh masyarakat umum sebagai gambaran individu dengan rasa percaya diri yang tinggi. Pada dasarnya narsisme merupakan bentuk aktualisasi diri seseorang yang mencintai dirinya sendiri secara berlebihan. Istilah narsisme dalam psikologi dapat digolongkan pada salah satu gangguan kepribadian. Hal ini ditunjukkan bahwa individu menampilkan suatu pola yang berlebihan dan rasa percaya diri yang tinggi serta cenderung tidak dapat menyesuaikan dengan keadaan diri sendiri. Sehingga dalam kehidupan sosial cenderung menonjolkan kenyamanan pada individualistik (Widiyanti, Solehuddin, & Saomah, 2017).

Santrock (2011) menjelaskan narsisme adalah pendekatan terhadap oranglain yang berpusat pada diri (*self-centered*) dan memikirkan diri sendiri (*selfconcerned*). Biasanya pelaku narsisme tidak menyadari keadaan aktual diri sendiri dan bagaimana orang lain memandangnya. Ketidaktahuan ini menimbulkan masalah penyesuaian pada mereka. Pelaku narsisme sangat berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna (*self-congratulatory*), serta memandang keinginan dan harapannya adalah hal yang penting.

Menurut Chapplin narsisme adalah mencintai diri sendiri secara berlebihan. Menganggap diri sendiri sangat superior dan amat penting, menganggap diri sendiri sebagai yang paling segalanya.

## **Aspek-aspek Narsisme**

Robert Raskin dan Howard Terry menyebutkan bahwa ada tujuh komponen utama perilaku narsisme yaitu:

- a. Authority, yaitu keyakinan bahwa orang-orang harus patuh kepadanya.

- b. Exhibitionism, yaitu keinginan untuk pamer (sombong) dan merasa memiliki kemampuan atau bakat yang hebat.
- c. Exploitativeness, yaitu mengeksploitasi orang lain untuk mencari keuntungan.
- d. Entitlement, yaitu hak atau harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain.
- e. Vanity, yaitu perilaku angkuh dan arogan.
- f. Superiority, yaitu keinginan untuk selalu memimpin dan menunjukkan kekuasaannya.
- g. Self-sufficiency, yaitu percaya diri serta keyakinan bahwa dirinya spesial dan unik.

### **Faktor-Faktor**

Menurut Sedikides, faktor-faktor yang mempengaruhi narsistik yaitu:

1. Self-esteem (Harga Diri), seseorang yang mengalami ketidakstabilan dalam faktor self-esteem dan sangat bergantung pada interaksi sosial.
2. Depression (Depresi), berpikiran negatif terhadap diri sendiri, lingkungan, dan masa depan yang mengalami rasa bersalah dan menarik diri dalam menjalani kehidupan
3. Loneliness (Kesepian), perasaan dimana seseorang kurang memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain dalam lingkungannya.

### **Media Sosial Tiktok**

Tiktok adalah layanan jejaring social berbagi yang menggunakan video berdurasi pendek sebagai media untuk menangkap dan menyajikan kreativitas, pengetahuan, dan momen lainnya. *Tiktok* dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi internet yang berbasis di Beijing, China. Tiktok diciptakan pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming. Awal mula Tik Tok berawal dari tahun 2016 dengan nama Douyin dan baru berlayar di China hingga tahun 2017 diluncurkan dengan nama Tik Tok untuk seluruh dunia.

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik. Pengguna aplikasi dapat dengan mudah menggunakannya untuk membuat video pendek keren yang menarik banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tik Tok ini dapat memberikan berbagai informasi yang belum diketahui sebelumnya dan juga dapat menghibur pengguna lainnya, dengan memperlihatkan video-video yang lucu dan unik serta video tersebut dapat diunggah di aplikasi lainnya yang membuat aplikasi Tik Tok ini dikenal berbagai kalangan. Tak hanya itu, banyak pegguan Tik Tok juga yang memanfaatkan media sosial ini sebagai tempat curhatnya, baik masalah perasaan, isi hari atau pun hal pribadi lainnya. Akan tetapi, pengungkapan diri yang berlebihan di media sosial dapat menimbulkan kerugian bagi penggunanya.

### **Intensitas Penggunaan Media Sosial Tik Tok**

Intensitas penggunaan Tik Tok berdasarkan kualitas merupakan bentuk perhatian dan ketertarikan yang dilakukan seseorang dalam menggunakan media sosial serta perasaan emosional dimana didalamnya terlibat minat dan penghayatan yang timbul ketika mengakses media sosial seseorang. Sedangkan berdasarkan kuantitas intensitas atau banyaknya kegiatan yang dilakukan dapat dilihat dari frekuensinya. Menurut Martin dan Joseph (2015) terdapat 3 karakteristik perilaku yaitu, durasi, frekuensi dan intensitas atau kekuatan. Definisi intensitas atau kekuatan menurut Beliau ialah sebuah perilaku yang merujuk pada upaya fisik atau energi yang dilibatkan untuk melakukan tindakan.

Tingkat penggunaan media sosial oleh seseorang karena mereka menikmatinya dikenal sebagai intensitas penggunaan (Bikriyah:31). Intensitas penggunaan media sosial ditentukan dengan

menggunakan skala yang dikembangkan oleh Putri yang memperhitungkan faktor-faktor berikut: Durasi: seberapa lama seseorang perlu melakukan perilaku yang ditargetkan; Apresiasi: seberapa banyak individu memahami dan menyerap informasi sebagai pengetahuan baru; Perhatian: minat individu terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku; dan Frekuensi: seberapa sering perilaku yang ditargetkan diulang. (Putri:32)

Del Barrio (2012) mengutarakan bahwa aspek-aspek terbentuknya intensitas ada 4, yaitu perhatian (attention), penghayatan (comprehension), durasi (duration), dan frekuensi (frequency).

1. Perhatian, adalah minat seseorang terhadap kegiatan yang sejalan dengan kepentingannya sendiri, yang akan jauh lebih kuat dan kuat dibandingkan dengan kegiatan lain yang tidak membangkitkan minat tertentu. Seseorang memberikan perhatian khusus ketika mengunjungi media sosial favoritnya agar orang tersebut dapat menikmati aktivitas saat berkunjung.
2. Apresiasi, yaitu memahami dan menyerap informasi, upaya pribadi untuk memahami, menikmati, menghayati, dan menyimpan informasi serta pengalaman yang diperoleh sebagai pengetahuan pribadi. Orang suka meniru, berlatih, bahkan terpengaruh oleh hal-hal atau informasi nyata di media sosial.
3. Durasi mengacu pada selang waktu, rentang waktu atau lamanya waktu berlangsungnya sesuatu. Seringkali, ketika menggunakan media sosial, seseorang begitu asyik menggunakannya hingga lupa waktu.
4. Frekuensi, berapa kali suatu perilaku atau perilaku diulang, baik disengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi mengacu pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau waktu.

### **Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Kecenderungan Sikap Narsisme**

Narsisme lebih dikenal oleh masyarakat umum sebagai gambaran individu dengan rasa percaya diri yang tinggi. Narsisme ditandai dengan kecenderungan untuk memandangi dirinya dengan cara (Nawangasih, Khotimah, Puarada, & Shofia, 2022) yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian, selain itu tertanam dalam dirinya perasaan paling mampu, paling unik (berbeda) dan merasa khusus dibandingkan dengan orang lain (Yusuf & Muslimin, 2020). Saat ini salah satu faktor seseorang memiliki sifat narsisme adalah media social *Tiktok*. Intensitas penggunaan *tiktok* yang berlebihan memunculkan kecenderungan seseorang memiliki sikap narsisme.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Aprilian, Elita dan Afriyati (2019) menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi *Tiktok* dengan perilaku narsisme saling mempengaruhi. Penelitian dilakukan kepada siswa SMP. Tingkat penggunaan aplikasi Tiktok siswa berada pada kategori sedang, sedangkan tingkat perilaku narsisme siswa kelas VIII di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu berada pada kategori sedang. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Tiktok siswa berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku narsisme. Sifat pengaruh yang terjadi adalah positif, sehingga diketahui bahwa penggunaan aplikasi Tiktok berpengaruh positif terhadap perilaku narsisme. Artinya, semakin tinggi siswa menggunakan aplikasi Tiktok maka akan semakin narsis, atau semakin tinggi penggunaan aplikasi Tiktok yang dilakukan siswa, maka semakin tinggi pula perilaku narsisme yang siswa lakukan dan sebaliknya.

## Kerangka Berpikir

### Intensitas Penggunaan *TikTok*

1. *Attention*, ketertarikan individu terhadap aktivitas yang sesuai dengan minatnya dan akan jauh lebih kuat dan intensif dibandingkan dengan aktivitas lain yang tidak menimbulkan minat tertentu
2. *Comprehension*, Individu suka meniru, mempraktikkan bahkan terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.
3. *Duration*, ketika menggunakan media sosial seseorang menjadi tidak sadar waktu karena terlalu menikmati dalam menggunakannya
4. *Frequency*, pengulangan perilaku yang menunjuk pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau dengan waktu



### Kecenderungan Narsisme

1. *Authority*, keyakinan bahwa orang-orang harus menyukainya.
2. *Exhibitionism*. Keinginan untuk terlihat menarik dan merasa hebat.
3. *Exploitativeness*. Menggunakan orang lain untuk mendapatkan keuntungan
4. *Entitlement*. Hak atau harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain
5. *Vanity*. Perilaku angkuh dan arogan
6. *Superiority*, keinginan untuk selalu memimpin dan menunjukkan kekuasaannya
7. *Self-sufficiency*, percaya diri serta keyakinan bahwa dirinya spesial dan unik

## Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan kajian teori di atas, maka peneliti menarik hipotesis dalam penelitian ini yakni terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media social *TikTok* terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada Gen Z.

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) yaitu intensitas penggunaan media social *TikTok* terhadap variabel terikat (Y) perilaku narsisme pada Generasi Z. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dimana penelitiannya menekankan analisisnya dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2007). Desain penelitian ini menggunakan korelasional yang dimana suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data, guna menentukan adanya pengaruh dan tingkat pengaruh antara dua variabel atau lebih. Adanya pengaruh dan tingkat variabel ini penting, karena dengan mengetahui tingkat pengaruh yang ada, peneliti akan dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian, tujuan dari penelitian ini untuk melihat

pengaruh dari intensitas penggunaan media social *TikTok* terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada Generasi Z.

### Subyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah individu pengguna aktif media sosial TikTok berjumlah 60 responden berjenis kelamin laki-laki dan atau perempuan dengan kriteria (1) Genereasi Z berusia 22-26 tahun dan (2) Pengguna aktif pengguna media sosial TikTok. Teknik pengambilan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara memilih siapa yang tidak sengaja atau kebetulan dijumpai atau ditemui. Teknik pengambilan sampel ini digunakan karena cara pengambilan sampel yang tidak menyulitkan peneliti. Dikarenakan kuesioner disebar melalui tautan google form, maka bagi responden yang melihat tautan tersebut, maka responden boleh mengisi angket. (Henny Sanulita, *et.al*, 2024).

**Tabel 1. Deskripsi Penelitian**

Kategori	Frekuensi	Presentase(%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	25	41,7%
Perempuan	35	58,3%
<b>Usia</b>		
22 tahun	13	21,7%
23 tahun	9	15,0%
24 tahun	12	20,0%
25 tahun	13	21,7%
26 tahun	13	21,7%
<b>Intensitas Penggunaan TikTok</b>		
<1 jam	3	5%
1-3 jam	25	41,7%
3-5 jam	16	26,7%
>5 jam	16	26,7%

### Variabel dan Instrumen

Pada penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu intensitas penggunaan media sosial TikTok (X) dan kecenderungan perilaku narsisme pada generasi-z (Y). Definisi operasional dari intensitas penggunaan TikTok berdasarkan bentuk perhatian dan ketertarikan yang dilakukan seseorang dalam menggunakan media sosial serta perasaan emosional yang melibatkan minat dan penghayatan yang timbul ketika seseorang mengakses media sosial. Hal tersebut dimaksudkan bahwa apabila seseorang menggunakan aplikasi media sosial seperti TikTok, maka seorang tersebut akan masuk ke dalam ruang dan seolah-olah merasa berinteraksi dengan apa yang diperhatiikannya. Pengukuran intensitas penggunaan media sosial (TikTok) pada penelitian ini menggunakan aspek intensitas yang diutarakan oleh Del Barrio yang mengusung 4 aspek intensitas. Aspek tersebut meliputi perhatian (*attention*), penghayatan (*comprehension*), durasi (*duration*), dan frekuensi (*frequency*).

Sedangkan pengertian operasional dari narsisme merupakan bentuk aktualisasi diri seseorang yang mencintai dirinya sendiri secara berlebihan. Istilah narsisme dalam psikologi dapat digolongkan pada salah satu gangguan kepribadian. Definisi tersebut dapat diartikan bahwa

perilaku narsisme merupakan gangguan kepribadian karena tumbuhnya rasa percaya diri dan rasa cinta pada diri sendiri yang melewati batas. Seseorang dapat melakukan segala sesuatu agar dapat membuat dirinya tetap eksis dan narsis. Pengukuran kecenderungan narsisme pada penelitian ini menggunakan tujuh komponen narsisme oleh Robert Raskin dan Howard Terry. Adapun aspek yang digunakan adalah 1) *Authority* (kewenangan); 2) *Exhibitionism* (pamer); 3) *Exploitativeness* (eksploitasi); 4) *Entitlement* (hak); 5) *Vanity* (kesombongan); 6) *Superiority* (keunggulan); 7) *Self-sufficiency* (kepercayaan pada diri sendiri).

### **Prosedur dan Analisa Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket online atau google form. Walgito (2010:72) menjelaskan bahwa angket adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden yang ingin diselidiki. Angket penggunaan aplikasi Tiktok dan perilaku narsisme dikembangkan sendiri oleh peneliti. Skala yang digunakan pada angket penggunaan aplikasi Tiktok dan perilaku narsisme adalah menggunakan model skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, di mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pernyataan (Sarjono dan Julianita, 2011:6).

Pada variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok, aspek dikembangkan dan dibuat kuesioner berupa pernyataan-pernyataan. Skala pernyataan menggunakan skala likert sebagaimana dijelaskan di atas. Skala ini terdiri dalam empat pilihan jawaban yaitu pernyataan *favorable* yang diberi skor sebagai berikut: tidak pernah (TP) = 1, kadang-kadang (KK) = 2, sering (S) = 3, dan sangat sering (SS) = 4. Sedangkan pernyataan *unfavorable* diberi skor sebagai berikut: sangat sering (SS) = 1, sering (S) = 2, kadang-kadang (KK) = 3, tidak pernah (TP) = 4. Salah satu contoh item yang tersedia dalam skala ini adalah yaitu "Saya menghabiskan waktu terlalu lama setiap hari untuk mengakses TikTok".

Pengukuran kuesioner pada variabel Y atau kecenderungan perilaku narsisme pada generasi z juga menggunakan skala *likert* yang terdiri dalam empat alternatif jawaban yaitu pernyataan *favorable* yang diberi skor sebagai berikut: sangat tidak setuju (STS) = 1, tidak setuju (TS) = 2, setuju (S) = 3, dan sangat setuju (SS) = 4. Sedangkan pernyataan *unfavorable* diberi skor sebagai berikut: sangat tidak setuju (STS) = 4, tidak setuju (TS) = 3, setuju (S) = 2, dan sangat setuju (SS) = 1. Salah satu contoh kuesioner yang tersedia dalam skala ini adalah yaitu "Saya senang jika menjadi pusat perhatian dimanapun saya berada".

Sebelum angket diberikan pada sampel penelitian dilakukan uji coba berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Responden pada uji coba kuesioner dalam penelitian ini adalah 30 orang. Pada variabel X (intensitas penggunaan media sosial) terdapat 23 item pernyataan. Setelah diuji terdapat 5 item yang dinyatakan tidak valid atau dibawah dari nilai r-tabel yaitu 0,361. Sehingga masih tersisa 18 item kuesioner yang dinyatakan valid. Sedangkan untuk variabel Y (kecenderungan perilaku narsisme) terdapat 84 item pernyataan dengan nilai r-tabel yaitu 0,361. Setelah dilakukan uji coba, sebanyak 39 item pernyataan dinyatakan tidak valid. Maka item yang tersisa sebanyak 45 item. Pada uji realibilitas dihasilkan hasil uji variabel X dengan 18 item yaitu 0,641 dan variabel Y dengan 45 item sebesar 0,939. Hasil uji realibilitas menyatakan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* dari kedua variabel lebih besar dari 0,6. Sehingga data dinyatakan valid dan realibel.

**Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas Instrumen**

Nama Instrumen	Jumlah	Reliabilitas
<i>4 Aspek Intensitas penggunaan media sosial oleh Del Barrio</i>	18 Item	0,641
<i>7 Komponen Kecenderungan Narsisme oleh Robert Raskin dan Howard Terry</i>	45 Item	0,939

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan tiga prosedur yaitu tahap persiapan, pelaksanaan dan analisis data. Tahap persiapan dimulai dengan membuat topik penelitian dan melakukan pendalaman materi melalui kajian teoritik untuk menunjang penelitian. Setelah itu mencari alat ukur atau skala dari setiap variabel penelitian. Pada tahap pelaksanaan, peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner/alat ukur kepada subjek penelitian dengan kriteria yang telah ditentukan. Proses penyebaran skala dilakukan melalui *google form* kepada 60 responden yang disebar dari 2-12 Maret 2025. Persebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui media sosial supaya mempermudah ketika penggalan data. Tahap terakhir yaitu tahap setelah penelitian, adalah tahap analisis data yang diperoleh dari hasil penyebaran skala. Data-data yang terkumpul kemudian diinput dan diolah menggunakan program SPSS. Kemudian data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dan uji-t parsial yang merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh antara variabel independen yaitu intensitas penggunaan media sosial TikTok dan variabel dependen yaitu kecenderungan perilaku narsisme.

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z, didapatkan hasil deskripsi sebagai berikut.

**Tabel 3. Kategorisasi Hipotetik Variabel Penelitian**

	Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase	Mean	SD
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Tinggi	53,66	9	15%	50,42	3,24
	Sedang	47,18-53,66	47	78,3%		
	Rendah	47,18	4	6,7%		
Kecenderungan Perilaku Narsisme	Tinggi	114,62	13	21,7%	110,77	3,85
	Sedang	106,92-114,62	42	70%		
	Rendah	106,92	5	8,3%		

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan nilai Shapiro-Wilk didapatkan nilai 0,120 yang artinya variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok dan Kecenderungan

Perilaku Narsisme memiliki daya distribusi normal. Selain itu, uji linieritas pada penelitian ini mendapatkan nilai signifikansi dari *deviation from linearity* 0,407 yang mana nilai tersebut sudah berada diatas 0,05.

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai Y' adalah Variabel Y' yaitu Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z. Sedangkan X adalah variabel yaitu Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok. Angka 100,745 merupakan angka konstan dari *unstandardized coefficients* yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok ( $X = 0$ ), maka nilai konsisten yaitu Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z (Y) ialah sebesar 100,745. Sedangkan angka 1,090 merupakan angka koefisien regresi, nilai tersebut dimaksudkan bahwa setiap penambahan 1 tingkat dari variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok atau variabel independen, maka Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z atau variabel Y akan meningkat sebesar 1,090. Nilai koefisien regresi yang diperoleh pada hasil uji regresi linier bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok atau variabel independen (X) berpengaruh positif terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z atau variabel dependen (Y).

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau variabel X terhadap variabel dependen atau variabel Y. Nilai t-hitung yang didapatkan pada penelitian ini adalah 2,800, dimana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel yaitu 2,002. Pada nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,007 lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z.

## DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada generasi z. Sampel penelitian ini diambil dari populasi yang termasuk ke dalam generasi z dengan rentang batasan usia 22–26 tahun yang memiliki kecenderungan perilaku narsistik, dimana sampel yang terkumpul hanya 60 orang. Berdasarkan hasil penelitian, jumlah responden terbanyak adalah perempuan. Disamping itu, responden berusia 22, 25 dan 26 adalah mayoritas responden pada penelitian ini. Intensitas penggunaan media sosial TikTok oleh responden paling lama berdurasi 1-3 jam. Selain itu, terdapat juga sebanyak 32 responden mengakses TikTok berdurasi 3-5 dan bahkan diatas 5 jam. Hasil penelitian ini sejalan dengan semakin meningkatnya intensitas penggunaan media sosial di masyarakat Indonesia, dimana masyarakat menggunakan atau mengakses media sosial lebih dari 3 jam per hari (Mander et al., 2020). Penelitian Mir, Novas, dan Seymour (2020) menunjukkan bahwa gangguan kesehatan mental dapat terjadi jika seseorang menggunakan media sosial secara intensif selama 2-4 jam sehari. Sampasa-Kanyinga dan Lewis (2015) juga menyatakan bahwa orang yang mengunjungi situs media sosial lebih dari atau sama dengan 2 jam per hari menghadapi risiko serius terhadap kesehatan mentalnya.

Pada variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok kategori variabel pada penelitian ini berada pada kategori sedang. Hal itu menjelaskan bahwa para responden cukup intens dalam menggunakan aplikasi TikTok. Selain itu, pada kecenderungan perilaku narsisme generasi z pada penelitian ini menunjukkan kategori sedang. Dapat diartikan bahwa responden pada penelitian ini cenderung memiliki perilaku narsistik. Penelitian telah membuktikan hal ini. Di satu sisi penggunaan media sosial akan menimbulkan perilaku narsistik, dan di sisi lain narsisme akan meningkatkan penggunaan media sosial. Mungkin terdapat efek timbal balik di

antara keduanya (Akkoz, 2020). Peningkatan intensitas penggunaan media sosial juga dikaitkan dengan kecenderungan narsistik (Asia et al., 2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok memiliki pengaruh yang positif terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z, berdasarkan dari persamaan uji regresi linier sederhana menghasilkan persamaan  $Y' = 100,745 + 1,090 X$ . Dimana angka koefisien regresi yaitu 1,090 bernilai positif, sehingga apabila X atau variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok bernilai 1, maka Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z atau Y' akan bertambah sebanyak 1,090. Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z. Hipotesis tersebut dibuktikan dengan uji parsial atau uji t yang memperoleh t-hitung lebih besar daripada t-tabel yaitu  $2,800 > 2,002$ . Serta hasil signifikansi uji t lebih kecil daripada 0,05 yaitu  $0,007 < 0,05$ .

Hasil hipotesis tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saima Darwish dan Lubna Nazneen (2022) yang menjelaskan hasil hipotesis I pada penelitiannya menunjukkan bahwa TikTok merupakan prediktor narsisme yang signifikan. Hal ini juga dibuktikan dalam sebuah penelitian oleh Buunk dan Gibbons (2006) dalam Saima Darwish dan Lubna Nazneen bahwa dengan membuat video, orang cenderung meniru orang yang dianggap mirip dengan mereka dan meningkatkan kepercayaan diri mereka. Hal itu sejalan dengan 7 aspek kecenderungan perilaku narsisme oleh Robert Raskin dan Howard Terry pada aspek *self-sufficiency*. Aspek peningkatan kepercayaan diri akan menimbulkan gagasan inti teori orientasi perbandingan diri, yang menyatakan bahwa, "kecenderungan untuk membandingkan pencapaian, situasi, dan pengalaman seseorang dengan orang lain." (Kumar & Prabha, 2019). Teori tersebut dapat membuat dampak negatif yang relevan pada zaman sekarang. Dimana semakin meningkatnya persaingan virtual untuk mendapatkan *like*, beberapa konten video dibuat berlebihan dan memikat dalam upaya untuk menarik lebih banyak penonton. Fenomena tersebut menjadi sangat mengkhawatirkan ketika banyak generasi z yang kecanduan terhadap media sosial terutama TikTok saat membuat konten untuk mendapatkan banyak penonton, terlepas dari konsekuensinya. Dimana awalnya aplikasi tersebut berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dapat secara bertahap berubah menjadi titik fokus yang tidak baik untuk efek sosial.

Selain itu aspek kecenderungan perilaku narsisme yang dijelaskan pada teori Robert Raskin dan Howard Terry yaitu 1) Authority (kewenangan) merupakan keyakinan bahwa orang-orang harus patuh kepadanya. 2) Exhibitionism (pamer), yaitu keinginan untuk pamer (sombong) dan merasa memiliki kemampuan atau bakat yang hebat. 3) Exploitativeness (eksploitasi), yaitu mengeksploitasi orang lain untuk mencari keuntungan. 4) Entitlement (hak), yaitu hak atau harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain. 5) Vanity (kesombongan), yaitu perilaku angkuh dan arogan. 6) Superiority (keunggulan), yaitu keinginan untuk selalu memimpin dan menunjukkan kekuasaannya. 7) *Self-sufficiency* (kepercayaan pada diri sendiri), yaitu percaya diri serta keyakinan bahwa dirinya spesial dan unik.

Pada kecenderungan perilaku narsisme akibat penggunaan sosial media (TikTok), aspek yang paling sering muncul adalah *Self-sufficiency* atau percaya diri yang meningkat. Berdasarkan Raskin dan Terry (dikutip dari Pratama, 2017: 16-18) menyebutkan salah satu aspek yang mempengaruhi kecenderungan narsistik yaitu *Self Sufficiency* dimana individu merasa dirinya memiliki kemampuan diri yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Definisi aspek *Self Sufficiency* sejalan dengan ketegasan, kemandirian, kepercayaan diri dan kebutuhan untuk berprestasi. Sedangkan menurut Lauster (dikutip dari Kushartanti, 2009: 41) menyebutkan

salah satu aspek kepercayaan diri yaitu keyakinan akan kemampuan diri yang memiliki arti individu yakin terhadap kemampuan yang dimiliki. Selain itu aspek yang sering muncul yaitu aspek *vanity* atau kesombongan. Berdasarkan penelitian, Santi (2017:27) berpendapat bahwa perilaku narsistik cenderung mengutamakan diri sendiri, merasa nyaman dengan diri sendiri, menghargai diri sendiri, membutuhkan pujian dari lingkungan sekitar, dan tidak peka terhadap kebutuhan atau perasaan orang lain. Konsisten dengan ini, Asiaah dkk. (2018) berpendapat bahwa media sosial seperti aplikasi Tiktok dapat menjadi media kepuasan bagi individu yang menginginkan perhatian berlebihan, kekaguman diri, dan ekspresi diri. Kecenderungan narsistik sering kali muncul pada orang yang terlalu mencintai dirinya sendiri, yang kemudian terwujud dalam perilakunya sehari-hari dan mencari kekaguman serta pemujaan orang lain. Keith & D (2011) berpendapat bahwa orang dengan kecenderungan narsistik percaya bahwa orang lain tidak lebih baik dari dirinya sendiri, bahwa mereka lebih pintar dan memiliki lebih banyak pengalaman.

Kelebihan dari penelitian ini adalah pada penelitian sebelumnya, peneliti tidak menemukan karakter subjek yang merupakan generasi z yaitu 22-26 tahun yang intens menggunakan aplikasi TikTok menjadi sasaran penelitian tentang pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada generasi z. Sedangkan keterbatasan pada penelitian ini adalah alat ukur untuk variabel x yaitu intensitas penggunaan media sosial TikTok yang hanya memiliki item 23.

## **SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Penelitian ini menggunakan 4 aspek pada variabel independen atau intensitas penggunaan media sosial TikTok yaitu perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi. Sementara untuk variabel kecenderungan perilaku narsisme pada generasi z, menggunakan 7 aspek yaitu *authority* (kewenangan), *exhibitionism* (pamer), *exploitativeness* (eksploitasi), *entitlement* (hak), *vanity* (kesombongan), *superiority* (keunggulan), *Self-sufficiency* (kepercayaan pada diri sendiri). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada generasi z. Dapat dikatakan juga bahwa apabila terdapat intensitas penggunaan media sosial TikTok maka kecenderungan perilaku narsisme akan meningkat.

Implikasi pada penelitian ini adalah memahami urgensi dari kecenderungan perilaku narsisme karena intensitas penggunaan media sosial TikTok. Perilaku narsisme dapat memberikan dampak negatif karena penggunaan media sosial TikTok yang tidak wajar. Semakin intens penggunaan media sosial TikTok maka kecenderungan akan perilaku narsisme akan meningkat. Sehingga penggunaan media sosial TikTok dapat dibatasi. Meskipun ada faktor lain yang dapat memengaruhi kecenderungan perilaku narsisme seperti kesepian (*loneliness*), perasaan Fomo (*fear of missing out*), penerimaan diri, harga diri dan *self-control* yang rendah, serta konsep diri yang tidak sehat.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan informasi seputar topik intensitas penggunaan media sosial TikTok dan kecenderungan perilaku narsisme pada generasi z. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu mahasiswa agar lebih kritis dalam topik-topik terkait. Selanjutnya untuk penelitian selanjutnya terkait topik ini, diharapkan agar lebih mengembangkan aspek pada variabel-variabel yang ada untuk hasil yang lebih baik serta beragam di masa depan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul, (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 14, No. 2, <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Akkoz, M. (2020). The relationship between social media use and narcissism. *Demiroglu Science University Florence Nightingale Transplantation Journal*, 5(1-2), 32-38. <https://doi.org/10.5606/dsufnjt.2020.014>.
- Aprilia, Lina. 2020. Hubungan Antara Kecenderungan Narsistik di Media Sosial dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Karang Taruna Perumahan Jatisari Mijen Semarang. Skripsi.
- Asiah, N., Taufik, & Firman. (2018). Hubungan Self Control dengan Kecenderungan Narsistik Siswa Pengguna Jejaring Sosial Instagram di SMP Negeri 2 Padang. *Jurnal Neo Konseling*, 1(1), 1-7. <https://doi.org/10.31227/osf.io/35snw>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2006). Social comparison orientation: a new perspective on those who do and those. *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture*, 15.
- Darwish, Saima & Luban, Nazneen. "Impact of TikTok Use on Narcissistic Personality Traits Among Youth In Peshawar, Pakistan". *International Journal of Psychology and Behavioural Research (IJPBR)*, Volume 2, Issue 1.
- Firamadhina, F. I., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial tiktok: tiktok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Social Work Jurnal*, Volume: 10, 199.
- Henry. 2024. Food Vlogger Kena Blacklist Usai Ulasannya yang dianggap Menghina Warung Rawon, Berujung Permintaan Maaf. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5723567/food-vlogger-kena-blacklist-usai-ulasannya-yang-dianggap-menghina-warung-rawon-berujung-permintaan-maaf?page=2>.
- Kumar, V. D., & Prabha, M. S. (2019). Getting glued to TikTok®—Undermining the psychology behind widespread inclination toward dub-mashed videos. *Archives of Mental Health*, 20(2), 76.
- Kushartanti, Anugrahening. (2009). *Perilaku menyontek Ditinjau dari Kepercayaan Diri*. Surakarta. Universitas Muhammadiyah: Indigenous, *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi* Vol.11, No. 2.
- Lafifah, M. (2023). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Prokrastinasi Akademik Remaja Kelas VII Di Smpn 1 Babadan Ponorogo*. Skripsi, Program Sarjana Institut Agama Islam, Ponorogo.

- Leisner, Keith D. (2011). "Thoreau's Negative Contribution to Intellectualism and Its Significance to America's Cultural Identity," *Rollins Undergraduate Research Journal*: Vol. 5: Iss. 1, Article 8.
- Mahadewi, Azmalita Bintang. 2023. Gen Z, Flexing, dan Paylater: Drama di Balik Layar Sosial Media. <https://kumparan.com/azmalita-bintang-mahadewi/gen-z-flexing-dan-paylater-drama-di-balik-layar-sosial-media-21exXn5sNEd/2>.
- Mander, J., Buckle, C., & Moran, S. (2020). Social Flagship Report On The Latest Trends In Social Media. Diakses dari. <https://Globalwebindex.Com/Reports/Social>.
- Martin, Garry dan Joseph Pear. 2015. *Modifikasi Perilaku Makna Dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Mir, E., Novas, C., & Seymour, M. (2020). Social Media and Adolescent' s and Young Adults' Mental Health. Diakses dari. <https://www.Center4reseacrh.Org/Social-Media-Affects-Mental-Health/>.
- Najah, Dita Hidayatul, ddk. (2021). Kecenderungan Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok pada Mahasiswa. *Psychopoltan: Jurnal Psikologi*, Vol. 5, No. 1.
- Nawangasih, R. A., Khotimah, C., Puarada, J. M., & Shofia, A. (2022). Pengembangan dan Validasi Alat Ukur PerilakuNarsistik pada Mahasiswa di Papua menggunakan Pemodelan Rasch. *JurnalIlmiahPsikomuda Connectedness, Volume 2, Nomor 2*, 67.
- Pratama, H. P. (2017). *Hubungan antara kepribadian narsistik dan perilaku mengemudi berisiko pada remaja di kabupaten sleman*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Pribadi, Arief. 2025. Gen Z dan Ancaman Narcisstics Personality Disorder, <https://www.rri.co.id/kesehatan/1384430/gen-z-dan-ancaman-narcissistic-personality-disorder>.
- Ramadhan, Dwiki Arief Cahya dkk. Intesity of Social Media Use and Loneliness in University Students. ISPsy 2023.
- Raskin, R. & Terry, H. (1988). *A principal-components analysis of the Narcissists Personality & Social Psychology*, 54: (5), 890-902.
- Sakinah, U., Zatrachadi, M., & Darmawati. (2019). Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam, Vol.2 No.1*, 42.
- Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent Use of Social Networking Sites is Associated with Poor Psychological Functioning among Children and Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 380-385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0055> Savci., M., Turan., M. E., Griffiths., M. D., &
- Sanulita, Henny, dkk. 2024. *Panduan Praktis Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: PT. Green Pusataka Indonesia.
- Sissoko,Oumou Aziza Abbas, dkk. (2022). "Kebutuhan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Perilaku Narsis di Instagram." *MATRIKS: Jurnal Sosial dan Sains*, Vol. 4, No. 1.

Thiro, F., Sinolungan, J., & Pali, C. (2021). Hubungan Harga Diri dan Narsisme pada Siswa dan Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Biometik*, 304.

Wibowo, S. (2023, Agustus 7). Diambil kembali dari Suara Merdeka Solo:  
<https://solo.suaramerdeka.com/hiburan/059732939/unggah-video-jilat-es-krim-dengan-gaya-tak-senonoh-selebgram-oklin-fia-panen-hujatan>

Widiyanti, W., Solehuddin, M., & Saomah, A. (2017). Profil Perilaku Narsisme Remaja Serta Implikasinya Bagi Bimbingan Dan Konseling. *Indonesian Journal of Educational Counseling, Volume 1, No. 1*, 15.





**LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Blue Print Skala

BLUE PRINT  
Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Variabel Penelitian	Aspek	Nomor Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Variabel X Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Perhatian	1,10,14,20	7	5
	Penghayatan	2,4,11,21	17,23	6
	Durasi	5,8,15	22,18	5
	Frekuensi	13,16,3	6,9,19,12	7
Total				23

BLUE PRINT  
Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme Generasi Z

Variabel Penelitian	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Variabel Y Kecenderungan Perilaku Narsisme pada Generasi Z	1. <i>Authority</i> (wewenang)	Individu senang memimpin orang lain.	1,29,57	15,43,71	12
		Individu memiliki kecenderungan untuk mendominasi orang lain.	2,30,58	16,44,72	
	2. <i>Self sufficiency</i> (kemandirian)	Individu dapat melakukan semua sendiri.	3,31,59	17,45,73	12
		Individu mampu memenuhi kebutuhan dirinya sendiri.	4,32,60	18,46,74	
	3. <i>Superiority</i> (keunggulan)	Individu merasa bahwa dirinya yang paling baik, hebat, dan sempurna.	5,33,61	19,47,75	12
		Individu merasa layak untuk diperlakukan istimewa.	6,34,62	20,48,76	
	4. <i>Exhibitionism</i> (pamer)	Individu senang memperlihatkan penampilan fisiknya.	7,35,63	21,49,77	12
		Individu senang tampil dimana saja.	8,36,64	22,50,78	
	5. <i>Exploitativeness</i> (eksploitasi)	Kecenderungan individu untuk memanfaatkan orang lain.	9,37,65	23,51,79	12

		Kecenderungan individu untuk merendahkan orang lain	10,38,66	24,52,80	
	6. <i>Vanity</i> (kesombongan)	Kecenderungan individu untuk membanggakan diri secara berlebihan.	11,39,67	25,53,81	12
		Individu menolak kritikan dari orang lain.	12,40,68	26,54,82	
	7. <i>Entitlement</i> (hak)	Kecenderungan individu untuk menang sendiri.	13,41,69	27,55,83	12
		Kecenderungan individu untuk merasa paling benar.	14,42,70	28,56,84	
<b>Jumlah</b>			42	42	84

## Lampiran 2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

### A. Identitas diri

1. Nama / Inisial :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : L/P
4. Durasi penggunaan TikTok:
  - Kurang dari 1 jam
  - 1-3 jam
  - 3-5 jam
  - Diatas 5 jam

### B. Skala kuesioner

No	Pernyataan	SS	S	KK	TP
1	Saya sering melupakan teman atau keluarga yang ada di dekat saya karena terlalu fokus mengakses TikTok				
2	Saya merasa kesal ketika membaca berita <i>hoax</i> di TikTok				
3	Saya memberikan komentar pada setiap konten TikTok yang saya				

	akses				
4	Saya terlalu intens melihat berita-berita sedih di TikTok, membuat saya menjadi frustrasi				
5	Saya sulit menahan keinginan untuk mengakses TikTok dalam sehari				
6	Saya lebih sedikit mengakses TikTok dibandingkan dengan teman-teman saya				
7	Tugas sekolah adalah prioritas utama bagi saya dibandingkan dengan mengakses TikTok				
8	Saya menghabiskan waktu terlalu lama setiap hari untuk mengakses TikTok				
9	Saya enggan mengupload kehidupan pribadi saya di TikTok				
10	Saya kerap ditegur oleh orang lain karena terlalu fokus mengakses TikTok dan tidak memperhatikan apa yang orang lain sampaikan				
11	<i>Mood</i> saya menjadi buruk ketika mengakses TikTok				
12	Saya jarang memberikan komentar pada konten yang ada di TikTok				
13	Saya mengikuti setiap tren yang ada				

	di TikTok baik yang bersifat positif maupun negatif				
14	Saat di rumah saya lebih sering mengakses TikTok daripada berinteraksi dengan anggota keluarga				
15	Semakin hari waktu saya tersita hanya untuk mengakses TikTok				
16	Saya mengakses TikTok setiap waktu				
17	Sering melihat berita di TikTok tidak mempengaruhi <i>mood</i> saya				
18	Saat sedang libur saya mengakses TikTok hanya Sebentar				
19	Saya jarang mengikuti tren yang ada di TikTok				
20	Saya sering terganggu saat belajar karena godaan untuk mengakses TikTok				
21	Saya merasa tidak bisa hidup tanpa mengakses TikTok				
22	Saya dapat membagi waktu antara kegiatan sehari-hari dan mengakses TikTok				
23	Mengakses TikTok tidak mempengaruhi emosi saya				

**Lampiran 3. Skala Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z**

No	Item	S	SS	ST	STS
1	Saya senang jika menjadi pemimpin di suatu acara				

2	Saya ingin menjadi ketua di dalam organisasi				
3	Saya senang memberi instruksi kepada teman saya				
4	Saya suka menjadi pengikut di dalam segala hal				
5	Saya lebih suka bekerja di belakang layar.				
6	Lebih baik saya diberi arahan, daripada mengarahkan teman saya				
7	Saya tidak jika ada pendapat yang bertentangan dengan pendapat saya saat diskusi kelompok				
8	Bila saya berada dalam suatu kelompok, saya ingin menentukan apa yang akan kita kerjakan				
9	Saya senang menjadi leader				
10	Dalam suatu kelompok saya lebih suka diam				
11	Saya takut memberikan ide dalam kelompok				
12	Saya malu jika selalu memberikan pendapat dalam kelompok				
13	Saya mampu mengerjakan semua tugas tanpa bantuan orang lain				
14	Saya dapat mengerjakan suatu pekerjaan yang sulit dengan baik				
15	Saya mampu menyelesaikan masalah dengan efektif				
16	Saya lebih suka bekerja bersama orang lain daripada sendiri				
17	Saya senang jika orang lain membantu saya				
18	Saya membutuhkan orang lain dalam segala hal				
19	Saya memahami apa yang diri saya dibutuhkan				
20	Saya mampu melakukan sesuatu yang sudah menjadi kewajiban saya				
21	Saya mampu menyelesaikan pekerjaan yang saya mulai				
22	Saya kesulitan jika harus melakukan segala hal sendirian				
23	Saya senang jika orang lain mengerjakan tugas saya				
24	Saya suka menekuni masalah yang saya hadapi sampai selesai				

25	Jika saya diberi tugas, hanya saya yang dapat menyelesaikannya dengan baik				
26	Saya dapat diandalkan dalam segala hal				
27	Saya akan menjadi orang sukses dibandingkan dengan teman yang lain				
28	Teman saya selalu mengatakan bahwa saya yang terbaik meskipun sebenarnya tidak demikian				
29	Diri saya tidak memiliki kelebihan dibanding dengan teman lainnya				
30	Saya merasa bahwa dalam banyak hal saya kalah jika dibandingkan dengan orang lain				
31	Saya adalah orang yang istimewa dibandingkan dengan siapapun				
32	Saya layak menjadi prioritas utama di dalam suatu kelompok				
33	Saya hebat dibanding orang lain				
34	Saya mengakui bahwa setiap orang memiliki kelebihan dan kekurangan masing masing				
35	Teman-teman memperlakukan saya dengan wajar dan sama dengan yang lainnya				
36	Saya biasa saja dan tidak istimewa dalam kelompok				
37	Saya akan marah apabila sahabat saya tidak memuji penampilan baru saya				
38	Saya sangat peduli dengan pendapat orang lain tentang penampilan saya				
39	Saya suka memakai fashion model terbaru				
40	Saya kurang peduli apakah orang lain memperhatikan saya atau tidak				
41	Ketika berpenampilan saya merasa biasa saja saat menjadi pusat perhatian				
42	Saya senang jika orang lain tidak memperhatikan saya				
43	Saya senang jika menjadi pusat perhatian dimanapun saya berada				
44	Saya ingin orang-orang memperhatikan dan memberikan				

	komentar mengenai penampilan saya di depan umum				
45	Saya suka jika orang lain memuji saya				
46	Saya merasa kurang nyaman ketika diperhatikan banyak orang				
47	Saya kurang nyaman jika menjadi pusat perhatian				
48	Saya malu jika harus tampil di depan umum				
49	Saya senang jika orang lain melakukan sesuatu untuk saya				
50	Saya senang membuat orang melakukan hal yang saya menguntungkan saya pribadi				
51	Saya senang berteman dengan orang yang memiliki manfaat untuk saya				
52	Saya merasa kurang enak meminta bantuan kepada orang lain				
53	Saya sedih jika orang lain melakukan sesuatu untuk kepentingan saya sendiri				
54	Saya kurang nyaman jika berteman demi mementingkan diri sendiri				
55	Dalam situasi apapun saya senang membuat orang lain percaya pada saya				
56	saya senang memanfaatkan orang lain				
57	Saya sering mengambil keuntungan untuk diri saya sendiri				
58	Saya senang melakukan sesuatu bersama – sama				
59	Saya kurang suka mencampuri kehidupan orang lain				
60	Saya sedih jika harus memanfaatkan orang lain untuk kepentingan diri sendiri				
61	Saya senang sekali karena bisa melakukan hal apapun				
62	Saya senang memamerkan apa saja di media sosial				
63	Tidak satupun orang bisa memiliki barang yang saya miliki				
64	Saya kurang terbiasa menunjukkan sesuatu di media sosial				

65	Saya memiliki kemampuan yang tergolong biasa saja				
66	Saya lebih baik diam ketika memiliki sesuatu yang orang lain tidak bisa miliki				
67	Saya sulit menerima kritik dalam bentuk apapun dari orang lain				
68	Saya kurang suka jika orang lain selalu komplain dengan hasil yang saya kerjakan				
69	Saya akan marah jika orang lain selalu mencela saya				
70	Saya senang jika ada orang lain menegur saya jika salah				
71	Saya malu ketika melakukan sebuah kesalahan kepada orang lain				
72	Saya menerima pendapat orang lain jika memberi saya masukan				
73	Saya kurang suka melihat kesuksesan orang lain				
74	Saya ingin memiliki apa yang orang lain miliki				
75	Saya kurang suka jika orang lain menggantikan posisi saya sebagai ketua di suatu kelompok				
76	Saya kurang tertarik dengan kekuasaan				
77	Saya menolak jika dipilih menjadi ketua dalam kelompok				
78	Saya senang berada di belakang layar daripada di depan layar				
79	Saya merasa jarang melakukan kesalahan				
80	Ketika melakukan sesuatu saya benar dimata orang lain				
81	Saya merasa diri saya sempurna				
82	Saya merasa orang lain kurang dapat menerima pendapat saya				
83	Saya sedih ketika orang lain menolak pendapat yang menurut saya benar				
84	Saya menerima masukan orang lain dari kesalahan saya				

**Lampiran 4. Uji Validitas Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok**

No	Rhitung	Rtabel	Sig.	Validitas
X1	0,679	0,361	0,000	Valid
X2	0,618	0,361	0,000	Valid
X3	0,602	0,361	0,000	Valid
X4	0,447	0,361	0,013	Valid
X5	0,667	0,361	0,000	Valid
X6	0,520	0,361	0,003	Valid
X7	0,602	0,361	0,000	Valid
X8	0,395	0,361	0,031	Valid
X9	0,381	0,361	0,038	Valid
X10	0,365	0,361	0,048	Valid
X11	0,569	0,361	0,001	Valid
X12	0,525	0,361	0,003	Valid
X13	0,507	0,361	0,004	Valid
<b>X14</b>	<b>-0,082</b>	0,361	<b>0,667</b>	<b>Tidak Valid</b>
X15	0,569	0,361	0,001	Valid
X16	0,398	0,361	0,029	Valid
<b>X17</b>	<b>0,313</b>	0,361	<b>0,092</b>	<b>Tidak Valid</b>
X18	0,495	0,361	0,005	Valid
<b>X19</b>	<b>-0,356</b>	0,361	<b>0,054</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>X20</b>	<b>-0,199</b>	0,361	<b>0,292</b>	<b>Tidak Valid</b>
X21	0,726	0,361	0,000	Valid
X22	0,563	0,361	0,001	Valid
<b>X23</b>	<b>0,228</b>	0,361	<b>0,225</b>	<b>Tidak Valid</b>

**Lampiran 5. Uji Validitas Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z**

No	Rhitung	Rtabel	Sig.	Validitas
<b>Y1</b>	<b>0,009</b>	0,361	<b>0,961</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y2	0,399	0,361	0,029	Valid
Y3	0,365	0,361	0,047	Valid
<b>Y4</b>	<b>0,260</b>	0,361	<b>0,166</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y5</b>	<b>0,353</b>	0,361	<b>0,055</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y6	0,439	0,361	0,015	Valid
<b>Y7</b>	<b>0,060</b>	0,361	<b>0,751</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y8</b>	<b>0,161</b>	0,361	<b>0,394</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y9</b>	<b>0,331</b>	0,361	<b>0,074</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y10	0,626	0,361	0,000	Valid
Y11	0,566	0,361	0,001	Valid
Y12	0,427	0,361	0,019	Valid
Y13	0,458	0,361	0,011	Valid
Y14	0,682	0,361	0,000	Valid

<b>Y15</b>	<b>0,010</b>	0,361	<b>0,957</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y16	0,405	0,361	0,027	Valid
<b>Y17</b>	<b>-0,001</b>	0,361	<b>0,997</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y18</b>	<b>0,327</b>	0,361	<b>0,078</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y19</b>	<b>0,313</b>	0,361	<b>0,093</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y20</b>	<b>0,299</b>	0,361	<b>0,108</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y21</b>	<b>0,129</b>	0,361	<b>0,497</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y22</b>	<b>0,109</b>	0,361	<b>0,565</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y23</b>	<b>0,315</b>	0,361	<b>0,090</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y24	0,536	0,361	0,002	Valid
<b>Y25</b>	<b>0,163</b>	0,361	<b>0,388</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y26	0,380	0,361	0,039	Valid
<b>Y27</b>	<b>-0,169</b>	0,361	<b>0,373</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y28	0,366	0,361	0,046	Valid
<b>Y29</b>	<b>-0,177</b>	0,361	<b>0,349</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y30</b>	<b>0,243</b>	0,361	<b>0,195</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y31	0,499	0,361	0,005	Valid
<b>Y32</b>	<b>0,278</b>	0,361	<b>0,136</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y33</b>	<b>0,126</b>	0,361	<b>0,505</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y34</b>	<b>0,164</b>	0,361	<b>0,387</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y35</b>	<b>0,079</b>	0,361	<b>0,678</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y36	0,401	0,361	0,028	Valid
<b>Y37</b>	<b>0,089</b>	0,361	<b>0,638</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y38</b>	<b>0,318</b>	0,361	<b>0,087</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y39</b>	<b>-0,226</b>	0,361	<b>0,229</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y40	0,403	0,361	0,027	Valid
Y41	0,564	0,361	0,001	Valid
<b>Y42</b>	<b>0,141</b>	0,361	<b>0,458</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y43	0,589	0,361	0,001	Valid
Y44	0,394	0,361	0,031	Valid
Y45	0,413	0,361	0,023	Valid
<b>Y46</b>	<b>0,065</b>	0,361	<b>0,734</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y47	0,362	0,361	0,049	Valid
<b>Y48</b>	<b>0,068</b>	0,361	<b>0,719</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y49	0,430	0,361	0,018	Valid
Y50	0,404	0,361	0,027	Valid
<b>Y51</b>	<b>0,343</b>	0,361	<b>0,064</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y52	0,569	0,361	0,001	Valid
Y53	0,764	0,361	0,000	Valid
Y54	0,472	0,361	0,008	Valid
Y55	0,383	0,361	0,037	Valid
<b>Y56</b>	<b>0,284</b>	0,361	<b>0,128</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y57</b>	<b>0,094</b>	0,361	<b>0,620</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y58</b>	<b>0,259</b>	0,361	<b>0,167</b>	<b>Tidak Valid</b>

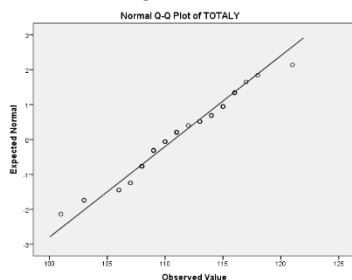
Y59	0,521	0,361	0,003	Valid
<b>Y60</b>	<b>0,235</b>	0,361	<b>0,211</b>	<b>Tidak Valid</b>
<b>Y61</b>	<b>0,345</b>	0,361	<b>0,062</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y62	0,442	0,361	0,014	Valid
Y63	0,659	0,361	0,000	Valid
Y64	0,525	0,361	0,003	Valid
Y65	0,454	0,361	0,012	Valid
Y66	0,637	0,361	0,000	Valid
<b>Y67</b>	0,350	0,361	0,058	<b>Tidak Valid</b>
Y68	0,380	0,361	0,038	Valid
Y69	0,706	0,361	0,000	Valid
Y70	0,610	0,361	0,000	Valid
Y71	0,577	0,361	0,001	Valid
Y72	-0,068	0,361	0,722	Valid
Y73	0,728	0,361	0,000	Valid
Y74	0,513	0,361	0,004	Valid
Y75	0,461	0,361	0,010	Valid
<b>Y76</b>	<b>0,328</b>	0,361	<b>0,077</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y77	0,691	0,361	0,000	Valid
<b>Y78</b>	<b>0,196</b>	0,361	<b>0,300</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y79	0,464	0,361	0,010	Valid
Y80	0,528	0,361	0,003	Valid
<b>Y81</b>	<b>0,265</b>	0,361	<b>0,156</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y82	0,472	0,361	0,008	Valid
<b>Y83</b>	<b>0,246</b>	0,361	<b>0,190</b>	<b>Tidak Valid</b>
Y84	0,572	0,361	0,001	Valid

## Lampiran 6. Uji Normalitas Shapiro-Wilk

### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Variabel Y	,126	60	,019	,968	60	,120

#### a. Lilliefors Significance Correction



### Lampiran 7. Mean dan Standar Deviation

		TOTALX	TOTALY
N	Valid	60	60
	Missing	0	0
Mean		50,4167	110,7667
Std. Error of Mean		,41802	,49652
Median		50,0000	110,0000
Mode		49,00	108,00
Std. Deviation		3,23797	3,84605
Variance		10,484	14,792
Range		21,00	20,00
Minimum		36,00	101,00
Maximum		57,00	121,00
Sum		3025,00	6646,00

### Lampiran 8. Data Demografis Subjek

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	25	41,7	41,7	41,7
	Perempuan	35	58,3	58,3	100,0
Total		60	100,0	100,0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22	13	21,7	21,7	21,7
	23	9	15,0	15,0	36,7
	24	12	20,0	20,0	56,7
	25	13	21,7	21,7	78,3
	26	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Intensitas Penggunaan Sosial Media TikTok**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 jam	3	5,0	5,0	5,0
> 5 jam	25	41,7	41,7	46,7
1-3 jam	16	26,7	26,7	73,3
3-5 jam	16	26,7	26,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

**Lampiran 9. Tabulasi Data**

**Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok**

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18
1	2	4	1	1	3	4	3	1	1	2	3	2	2	3	4	1	1
3	3	3	3	1	2	1	2	3	4	3	2	3	3	4	1	3	1
3	4	2	1	1	2	1	1	2	3	1	4	3	3	3	1	3	1
4	3	3	4	4	2	3	3	1	4	3	2	2	3	3	1	3	3
3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	1	2	3	4	3	4	1
4	2	1	1	4	3	3	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	1
3	3	4	4	4	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	1
3	3	4	4	2	1	3	3	2	3	4	3	3	4	2	2	4	1
3	4	3	4	4	2	3	3	2	4	3	1	4	3	3	1	4	2
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
4	3	4	3	3	1	3	3	2	4	4	1	3	3	4	1	3	1
4	3	4	4	4	2	4	3	2	4	3	1	4	4	4	1	4	2
4	3	4	4	3	1	3	4	2	4	4	2	3	4	4	2	3	2
4	3	4	3	3	1	4	3	1	3	4	2	3	4	4	2	4	2
4	4	3	4	3	1	4	3	2	4	4	2	3	4	3	2	4	2
4	4	4	4	4	1	4	4	1	3	3	1	4	4	4	2	3	2
4	3	4	4	4	1	3	4	2	4	3	2	3	3	4	1	4	2
4	4	4	4	3	1	3	4	2	4	4	2	4	4	3	2	4	1
4	4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	2	3	4	4	2	4	2
4	3	3	3	3	1	4	3	2	3	4	2	4	4	4	2	4	1
4	4	3	4	4	2	3	4	2	3	3	1	4	3	4	2	4	1
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	2	3	3	4	2	3	1
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
4	3	3	3	3	1	4	4	1	3	4	1	4	4	3	2	4	1
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
4	3	3	4	4	1	3	4	2	3	4	2	2	4	4	2	3	2
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
3	4	3	4	3	1	3	4	2	4	3	1	3	3	4	1	3	1
3	4	4	4	3	1	4	4	1	4	3	1	4	4	3	1	4	1



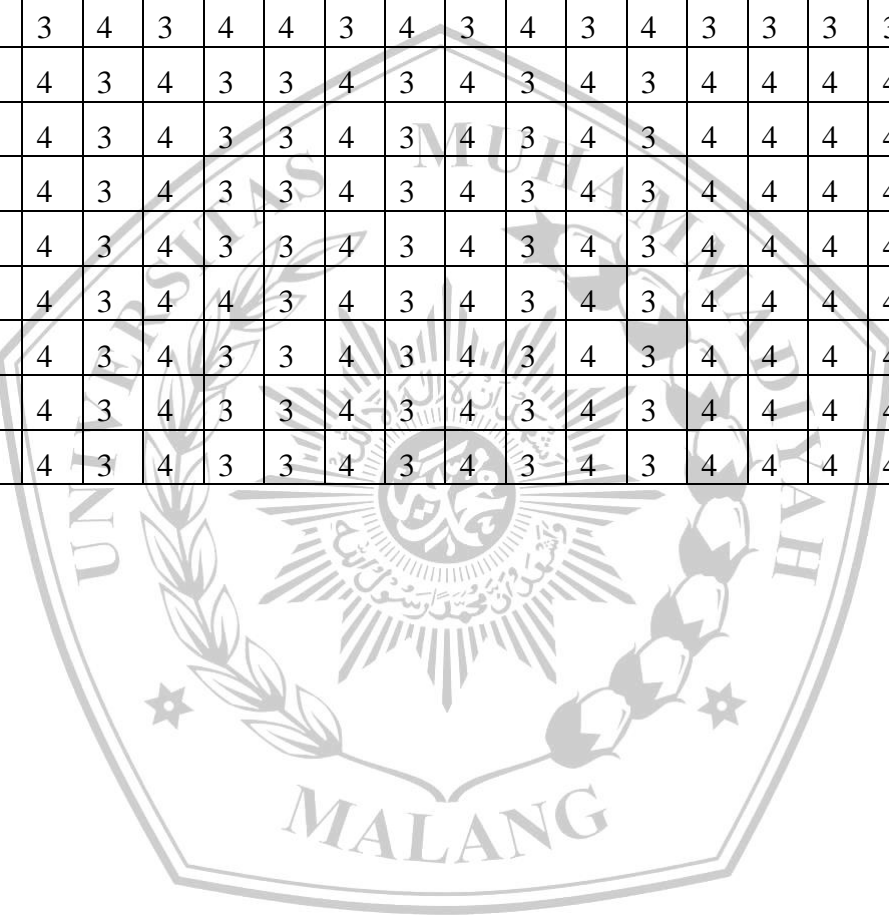
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	2	4
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4

3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	
4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3
4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3

Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5				
4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	2
3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	1	4	2	3	3	2	4				
2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	3	3	1	2	1	1	2	4	2	2	2	2	3	2	3	1				
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4				
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3
3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3

4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4
3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4
4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4



## Lampiran 10. Surat Plagiasi



**LABORATORIUM FAKULTAS PSIKOLOGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**  
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144 Telp. 0341-464318

### SURAT KETERANGAN

No: E.6.a/458/Lab-Psi/UMM/IV/2024

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini Tim Divisi Psikometri Laboratorium Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Wahyu Siskadefi  
NIM : 201810230311289  
Dosen Pembimbing : 1) Putri Saraswati, M.Psi  
2)

Yang bersangkutan telah melakukan :

1. Cek Plagiasi  
Hasil: Lulus/Perbaikan  
Dengan keterangan sebagai berikut:

No	Judul Skripsi	Batas Maksimal	Hasil
1	Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsisme Pada Generasi Z	25%	24%

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Malang, 11 April 2025  
Petugas Cek  
  
Navy Tri Indah Sari, M.Si