

Correlation Between Intensity of Instagram Social Media User and Narcissism in Generation Z

Julia Putri Wandira^{1*}, Imammul Insan²

Universitas Teknologi Sumbawa

Corresponding Author: Julia Putri Wandira juliaputri2002@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords: Intensitas, Narsistik, Generasi Z, Instagram

Received: 10 July

Revised: 17 August

Accepted: 19 September

©2024 Wandira, Insan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Indonesia ranks ninth out of ten countries with an average of 3 hours and 11 minutes of social media usage per day. The Z generation uses Instagram extensively. Generation Z uses this platform to update themselves and get praise from others. This study aims to find out the relationship between the intensity of social media use on Instagram and narcissism in Generation Z. This type of research involves quantitative correlation with a cluster sample consisting of 157 active psychology students at Sumbawa University of Technology. The results show a positive relationship between the two variables with a very strong coefficient value of 0.880, which indicates that the higher the intensity, the higher narcissism, and so is the other way

Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Dengan Narsistik Pada Generasi Z

Julia Putri Wandira^{1*}, Imammul Insan²

Universitas Teknologi Sumbawa

Corresponding Author: Julia Putri Wandira juliaputri2002@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRAK

Kata Kunci: Intensitas, Narsistik, Generasi Z, Instagram

Received: 10 Juli

Revised: 17 Agustus

Accepted: 19 September

©2024 Wandira, Insan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Indonesia menempati posisi kesembilan dari sepuluh negara dengan waktu rata-rata 3 jam 11 menit penggunaan media sosial setiap hari. *Instagram* adalah salah satu *platform* media sosial yang paling sering digunakan oleh Generasi Z. Generasi Z menggunakan platform ini untuk aktualisasi diri dan mendapatkan pujian dari orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan narsistik pada generasi z. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif korelasional dengan sampel cluster yang terdiri dari 157 mahasiswa psikologi aktif di Universitas Teknologi Sumbawa. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif antara kedua variabel dengan nilai koefisien yang sangat kuat, yaitu 0,880, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas, maka semakin tinggi narsistik, dan begitu juga sebaliknya

PENDAHULUAN

Menurut Atzori, Morabito, dan Iera (Liang, 2021), internet adalah media yang dapat digunakan untuk berbagai jenis layanan salah satunya media sosial. Media sosial merupakan jenis media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, kegiatan sehari-hari, dan opini pengguna serta memfasilitasi komunikasi dan interaksi di internet (Saleh, Gunawan, 2018). Orang yang menggunakan media sosial biasanya berbagi kegiatan pribadi mereka melalui gambar dan cerita dengan teman-teman mereka. Menurut Secsio (Sabekti, 2019), seseorang akan terlihat keren dan akrab seiring dengan meningkatnya aktivitas mereka di media sosial.

Salah satu generasi yang akrab dengan aktivitas di media sosial ialah Generasi Z. Generasi Z, juga disebut sebagai generasi digital, tumbuh dan berkembang dengan bergantung pada berbagai alat teknologi (Hariyanto, 2019). Salah satu media sosial yang terkenal dikalangan Gen Z saat ini adalah *Instagram*. Berdasarkan data dari laporan "*Digital Indonesia*" (Datareportal.com) (Kemp, 2024), *Instagram* berada diposisi kedua sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada awal tahun 2024 dengan proporsi pengguna 85,3%, diikuti oleh *Facebook* dengan 81,6%, dan *TikTok* dengan 73,5%. Menurut data dari situs resmi (Datareportal.com) (Kemp, 2024) pada Januari 2024, Indonesia menempati posisi keempat dengan 100,9 juta pengguna *Instagram* aktif. Pada awal tahun 2024, 54,5% pemirsa *Instagram* Indonesia perempuan dan 45,5% laki-laki.

Berdasarkan data dari (Datareportal.com) pengguna internet di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu selama 7 jam 38 menit disetiap harinya dengan 3 jam 11 menit dihabiskan untuk bermain media sosial yang dimana durasi tersebut menempati peringkat kesembilan di seluruh dunia (Kemp, 2024).

Nitya Santi (Sakinah et al., 2020) menerangkan bahwa saat ini, internet dan media sosial merupakan sarana aktualisasi diri bagi individu yang narsistik untuk mengunggah foto dan video pencapaian di media sosial untuk melebih-lebihkan diri dan berharap mendapat apresiasi serta pengakuan dari orang lain. Selain itu, Fatmasari menyatakan bahwa orang narsistik selalu sibuk dan tertarik hanya pada sesuatu yang menyangkut diri mereka sendiri, mereka juga menggunakan hubungan sosial untuk mendapatkan popularitas (Sakinah et al., 2020). Jika dilakukan dengan kekerasan, perilaku seperti itu dapat merugikan diri mereka sendiri dan orang lain. Dari pemaparan tersebut, disimpulkan bahwa individu narsis memanfaatkan hubungan sosial di internet untuk terus mendapatkan pujian, meskipun telah menjatuhkan orang lain.

Berdasarkan masalah di atas, *Instagram* memberikan kebebasan untuk mengunggah dan membagikan foto dan video dengan cara apa pun yang mereka suka, orang menjadi lebih percaya diri untuk mengupload dan membagikan foto

dan video mereka, yang mengakibatkan peningkatan perilaku narsistik. (Kindangen et al., 2023).

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Wulandari (Febriyanti, 2022) intensitas adalah istilah yang mengacu pada jumlah waktu yang dihabiskan (durasi) dalam melakukan aktivitas tertentu dengan jumlah ulangan dalam waktu tertentu (frekuensi). Dalam kasus ini, frekuensi mengacu pada seberapa sering seseorang melakukan suatu aktivitas di kehidupan sehari-hari mereka. Menurut Wulandari (Febriyanti, 2022), menyatakan bahwa ada dua komponen intensitas: durasi dan frekuensi. Yamin dkk (Windarwati et al., 2020) juga mengatakan bahwa keduanya dapat digunakan untuk mengukur intensitas. Menurut Anggi (Umami, 2021) intensitas penggunaan media sosial dapat ditentukan dengan mengetahui kategori pengukuran dalam durasi dan frekuensi. Anggi membagi durasi dan frekuensi menjadi kategori tinggi dan rendah. Mereka yang menggunakan media sosial dengan durasi 1 hingga 3 jam setiap hari termasuk dalam kategori rendah, sedangkan mereka yang menggunakan lebih dari 3 jam akan termasuk dalam kategori tinggi. Kemudian dalam frekuensinya, mereka yang menggunakan media sosial 1 sampai 4 kali sehari termasuk kategori rendah sedangkan yang lebih dari 4 kali setiap hari dikategorikan tinggi. Shatuti (Bagas, 2021) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas diantaranya; pengendalian perasaan, menjauhi dunia nyata, lingkungan, dan kepuasan dalam melakukan komunikasi interpersonal dan sosial.

Raskin dan Terry (Wahyuni et al., 2022) menjelaskan bahwa narsistik adalah kekaguman seseorang terhadap diri sendiri, yang seringkali ditandai dengan cenderung menilai diri dengan berlebihan, kurang menyukai menerima kritik, lebih mementingkan dan mengutamakan diri sendiri, kurang berempati, dan kecenderungan untuk bereksploitasi. Menurut Raskin dan Terry (Wahyuni et al., 2022), ada tujuh komponen yang membentuk kecenderungan perilaku narsistik diantaranya; Otoritas, Kemandirian, Keunggulan, Eksibionisme, Eksploitasi, Kesombongan dan Hak. Sedikides menjelaskan bahwa perasaan subjektif, kesepian, harga diri, dan depresi adalah komponen yang mempengaruhi narsistik (Wahyuni et al., 2022). Menurut Buffardi dan Campbell (Sakinah et al., 2020), terdapat beberapa karakteristik individu narsistik yang terlibat dalam media sosial. Yang pertama adalah fakta bahwa lebih banyak aktivitas sosial dilakukan dalam komunitas daring daripada luring, dan yang kedua adalah fakta bahwa banyak konten yang membanggakan diri dalam berbagai cara.

Stillman (Hariyanto, 2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa generasi Z ialah generasi kerja terbaru, yang dilahirkan dari rentang tahun 1995 hingga 2012 yang juga disebut sebagai generasi internet. Menurut penelitian yang dia lakukan, generasi Z berbeda dengan generasi milenial. Dan juga dalam bukunya yang berjudul *How the Next Generation Is Transforming the Workplace*, Stillman menjelaskan bahwa pembeda antara Gen Z dan Gen Y yaitu penguasaan teknologi oleh Gen Z lebih maju, memiliki pandangan yang lebih terbuka (*open minded*), dan tidak terlalu peduli dengan norma. Generasi Z dianggap sebagai generasi yang akrab dengan teknologi karena mereka telah mengenal teknologi dan internet sejak mereka lahir (Hariyanto, 2019). Generasi Z cenderung ketergantungan dengan mendapatkan sesuatu secara instan tanpa melalui proses yang panjang karena mereka dekat dengan teknologi dan internet.

Menurut Puspitasari (2015) (Kusuma et al., 2019), remaja ingin memperhatikan serta diperhatikan orang lain, yang dapat dicapai dengan mempublikasikan foto maupun video di *Instagram*. Beberapa fitur yang ada dalam aplikasi tersebut pun mampu menampilkan sisi narsistik dari para penggunanya. Selanjutnya, Keke Mahardika (Andarwati, 2016) menyatakan bahwa *Instagram* sebenarnya membantu seseorang berkomunikasi dan menampilkan diri mereka pada orang lain. Namun, *Instagram* juga memiliki efek buruk, seperti kehilangan kepercayaan diri, persaingan gaya hidup mewah, dan ketidakmampuan untuk melihat dunia nyata.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gunawan Saleh dan Muzammil (2018), perilaku narsis siswa SMA di Kota Pekanbaru dipengaruhi oleh media sosial *Instagram*. Selanjutnya, penelitian oleh Ria Sabekti (2019) menemukan bahwa kecenderungan narsistik dapat dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang berlebihan atau adiktif. Pada tahun 2020, penelitian yang dilakukan oleh Khoirul dan David menemukan adanya pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa.

Pada tahun 2021, menurut survei yang dilakukan oleh Shania Liang, 98% dari 50 orang yang disurvei menggunakan media sosial, dan *Instagram* adalah platform yang paling sering digunakan dengan 76%. Pada penelitiannya, S.Liang melibatkan 130 subjek dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. *NPI-16* digunakan untuk mengukur kecenderungan narsistik pada mahasiswa di perguruan tinggi di Surabaya, dan survei yang tidak teratur digunakan untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial *Instagram*. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan kecenderungan narsistik. (Liang, 2021).

Selanjutnya pada tahun 2023, penelitian yang dilakukan oleh Anastasya D. Kindangen, Harol R. Lumapow, dan Gloridei L. Kapahang menemukan bahwa kecenderungan perilaku narsisme pada remaja akhir di Kota Manado dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial *Instagram*. Berdasarkan hasil penelitian, tabel koefisien korelasi menunjukkan hubungan antara kedua variabel, yang termasuk dalam kategori sedang, dan nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, karena jika skor variabel *x* meningkat, maka nilai variabel *y* pun meningkat. (Kindangen et al., 2023).

Muklason, Cannady, Gnams & Appel dalam (Liang, 2021) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mengurangi produktivitas dan berdampak pada kesehatan mental, seperti merasa kesepian dan terkait dengan perilaku narsistik.

McQuail dan Carpenter (Liang, 2021) menemukan bahwa tujuan pribadi pengguna untuk meningkatkan keyakinan diri adalah dengan sering mengubah foto profil, melakukan *update status*, dan memamerkan dirinya sendiri. Kemudian Paramboukis mengatakan bahwa perilaku narsistik adalah jenis kecintaan pada diri sendiri yang berlebihan, yang dapat diidentifikasi melalui penggunaan media sosial karena adanya kebebasan untuk menggunakannya. (Liang, 2021).

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif jenis korelasional. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi psikologi di Universitas Teknologi Sumbawa dari angkatan 2020 hingga 2023 yang terdiri dari 257 mahasiswa psikologi yang aktif. Dalam penelitian ini, dua metode pengambilan sampel digunakan yaitu probabilitas sampel dan jenis *single cluster sampling*. Teknik *Probability Sampling* memberikan peluang yang sama untuk setiap anggota populasi untuk terpilih untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2011), kemudian *cluster sampling* yaitu pengelompokan yang dilakukan dengan mengambil perwakilan dari setiap populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2011).

Penelitian ini menggunakan skala Intensitas, skala Narsistik, dan skala Likert dengan empat pilihan respon; Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Teknik pengambilan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi dan kuesioner yang berupa *Google Form*.

Rumus *Pearson Product Moment* digunakan oleh peneliti untuk menilai validitas kuesioner. Perangkat lunak komputer *SPSS* versi 24 untuk *Windows* digunakan untuk melakukan uji validitas ini. Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa standar pengukuran suatu item dapat dianggap valid jika nilai yang diperoleh setidaknya sebesar 5% (0,05). Sedangkan untuk uji reliabilitas, menurut Azwar (2018), metode *Cronbach Alpha* biasanya digunakan untuk

mengevaluasi reliabilitas variabel; ini menetapkan bahwa variabel yang dianggap reliabel jika nilai koefisien *Cronbach Alpha* $\geq 0,8$.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan narsistik pada generasi Z. Oleh karena itu, dalam penelitian ini proses analisis data menggunakan metode korelasi *product moment* sederhana untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel tersebut. Aplikasi *SPSS 24* untuk *Windows* digunakan untuk menyelesaikan proses perhitungan.

HASIL PENELITIAN

Peneliti melakukan penelitian yang terdiri dari observasi dan dokumentasi data prapenelitian. Kemudian menguji instrumen dengan membagi skala intensitas dan skala narsistik untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen. Setelah melewati tahap uji coba skala penelitian, peneliti melanjutkan penelitian pada tanggal 20 Desember 2023 dengan membagikan kuesioner secara daring melalui media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* kepada 157 mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Teknologi Sumbawa angkatan 2020–2023 yang tidak dibatasi jenis kelamin dengan kriteria yang telah ditentukan. Adapun hasil dari penelitian sebagai berikut:

a. Intensitas

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Kategorisasi Intensitas

		Frekuensi X		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	Sangat Tinggi	20	12,7	12,7	100,0
	Tinggi	59	37,6	37,6	87,3
	Rendah	54	34,4	34,4	49,7
	Sangat Rendah	24	15,3	15,3	15,3
	Total	157	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas, dari 157 subjek sebagai sampel diketahui bahwa 20 subjek (12,7%) menjawab tingkatan sangat tinggi, 59 subjek (37,6%) menjawab tingkatan tinggi, 54 subjek (34,4%) menjawab tingkatan rendah, dan 24 subjek (15,3%) menjawab pada tingkatan sangat rendah.

b. Narsistik

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kategorisasi Narsistik

		Frekuensi Y			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tinggi	22	14,0	14,0	100,0
	Tinggi	56	35,7	35,7	86,0
	Rendah	54	34,4	34,4	50,3
	Sangat Rendah	25	15,9	15,9	15,9
	Total	157	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas, dari 157 subjek sebagai sampel diketahui bahwa 22 subjek (14,0%) menjawab tingkatan sangat tinggi, 56 subjek (35,7%) menjawab tingkatan tinggi, 54 subjek (34,4%) menjawab tingkatan rendah, dan 25 subjek (15,9%) menjawab pada tingkatan sangat rendah.

Setelah data dikumpulkan, uji asumsi normalitas dan linieritas digunakan untuk menganalisisnya. Uji normalitas menemukan nilai signifikansi tepat P (*Exact P-Values*) = 0,101, yang menunjukkan bahwa nilai tersebut >0,05, dan residual berdistribusi normal. *Exact P-values* merupakan perhitungan normalitas data yang direkomendasikan pada buku panduan SPSS (R. Cyrus & R. Nitin, 2011). Pada uji asumsi linieritas didapatkan nilai koefisien signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang menunjukkan bahwa uji linieritas terpenuhi.

Setelah uji asumsi selesai, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hipotesis dapat diterima atau tidak. Berdasarkan hasil uji asumsi, kedua variabel memenuhi uji normalitas dan linieritas. Peneliti menggunakan teknik korelasi *Pearson Product-Moment* dalam SPSS untuk menganalisis hasil tersebut. Pada hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa koefisien korelasi bernilai positif dengan nilai 0,880 dan termasuk dalam kategori adanya korelasi yang sangat kuat dengan nilai sig (p hitung) = 0,000 yang berarti terdapat hubungan variabel Intensitas dengan variabel Narsistik.

PEMBAHASAN

Penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan narsistik pada generasi z di Program Studi Psikologi Universitas Teknologi Sumbawa. Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikansi *Exact P* (sig) senilai 0,101, yang berarti $>0,05$, yang menunjukkan bahwa data ini memiliki distribusi normal dan layak untuk penelitian. Penentuan nilai signifikansi menggunakan *Exact P-values* dilakukan untuk menghindari data yang tidak berdistribusi normal dengan tipe *Asymptotic P-values*. Hasil pengambilan keputusan ini didasarkan pada ketentuan yang terdapat dalam pedoman *IBM SPSS Exact Tests* (R. Cyrus & R. Nitin, 2011).

Nilai koefisien *Pearson Correlation* yang didapatkan antara kedua variabel sebesar 0,880. Ini menunjukkan nilai korelasi yang sangat kuat dan kedua variabel berkorelasi satu sama lain. Semakin tinggi intensitas, semakin tinggi narsistik. Sebaliknya, semakin rendah intensitas, semakin rendah pula narsistik.

Berdasarkan data hasil distribusi frekuensi, variabel Intensitas didominasi pada tingkatan tinggi dengan persentase 37,6%. Kemudian pada variabel Narsistik juga didominasi pada tingkatan tinggi dengan persentase 35,7%. Pada variabel intensitas, aspek frekuensi adalah yang paling dominan pada subjek dengan rerata mencapai 2,42. Dalam aspek ini subjek lebih mengutamakan seberapa sering atau seberapa banyak mereka menggunakan *Instagram* dalam hitungan hari maupun minggu. Ini menunjukkan bahwa dalam menggunakan *Instagram*, mereka dapat membuka dan mengaksesnya dimanapun dan kapanpun. Sebagian dari subjek menunjukkan bahwa mereka merasa bosan hanya dengan bermain *Instagram* 1 kali sehari dikarenakan saat menggunakan *Instagram* mereka hanya fokus untuk melakukan aktifitas yang sederhana seperti *update story* dan *scrolling*.

Kemudian pada variabel narsistik, aspek dengan nilai yang dominan yaitu Eksibionisme dengan nilai rerata 2,48. Pada aspek ini, subjek memiliki keinginan untuk diakui oleh orang lain dalam hal penampilan fisik mereka, yang dibuktikan dengan mempublikasikan diri melalui unggahan foto dan video di *Instagram*.

Penelitian sebelumnya oleh Ria Sabekti (2019) membahas hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan narsisme dan aktualisasi diri. Studi ini menemukan hubungan yang signifikan antara variabel, dengan tingkat kemaknaan $p < 0,05$, yang menunjukkan penerimaan hipotesis H1. Dalam penelitian ini, mahasiswa keperawatan Universitas Airlangga Surabaya terbanyak berasal dari Jawa, dengan mayoritas perempuan (91,9%) dan rentang usia remaja akhir (17-25 tahun). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada remaja akhir, intensitas penggunaan jejaring sosial yang tinggi berkorelasi positif dengan kecenderungan narsisme dan aktualisasi diri.

Selanjutnya penelitian oleh Shania Liang (2021), yang menemukan hubungan antara intensitas dengan narsistik dan menemukan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kecenderungan narsistik. S. Liang menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa meskipun intensitas penggunaan media sosial *Instagram* adalah salah satu elemen yang berhubungan dengan narsistik, tetapi juga perlu didukung oleh elemen lain seperti konten yang disajikan dan tujuan penggunaan.

Selanjutnya, penelitian lainnya sebagai tambahan yang dilakukan oleh Nida Monica Ulfa (2022) menemukan hubungan yang positif antara intensitas penggunaan jejaring sosial Instagram dan kecenderungan narsistik remaja selama pandemi COVID-19.

Sangat diketahui bahwa ada korelasi kuat antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan munculnya narsistik, menurut beberapa temuan penelitian sebelumnya. B.F. Skinner (1974, dalam Ulfa, 2022) menciptakan teori *Operant Conditioning*, yang mengatakan bahwa tindakan yang disengaja adalah lebih dari sekedar respons terhadap stimulus. Teori ini memiliki hubungan dengan ilmu psikologi. Menurut Mustaqim (2016), stimulan tertentu mendorong orang untuk melakukan tindakan tertentu, yang memiliki konsekuensi tertentu (Mustaqim, 2016).

Teori *Operant Conditioning* yang dikemukakan oleh B.F Skinner tersebut berkaitan dengan hasil penelitian ini yang dimana aktivitas mengakses media sosial *Instagram* yang dilakukan oleh subjek dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari lingkungan maupun diri sendiri (Ulfa, 2022). Rasa penasaran yang muncul pada diri subjek untuk mengakses *Instagram* yang kemudian diikuti dengan perilaku dan ketertarikannya dalam menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada *Instagram* dapat memunculkan rasa ingin dihargai dan mendapatkan pujian (Ulfa, 2022). Perasaan tersebut akan memicu perilaku narsistik pada diri mereka sendiri jika muncul secara berlebihan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa psikologi Universitas Teknologi Sumbawa dengan jumlah subjek sebesar 157 dari jumlah populasi sebanyak 257 mahasiswa aktif didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan narsistik. Ini dibuktikan dengan nilai signifikansi dari uji hipotesis sebesar 0,000 yang mana $< 0,05$. Kemudian, pada hasil uji korelasi menunjukkan nilai 0,880 yang dimana nilai tersebut yang berarti terdapat korelasi yang sangat kuat antara variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan narsistik. Adanya hubungan positif antara kedua variabel mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas, maka semakin tinggi juga narsistik. Sebaliknya, semakin rendah intensitas, maka semakin rendah narsistik.

Adapun rekomendasi bagi subjek untuk memanfaatkan teknologi sebaik mungkin dan menggunakan *Instagram* dengan intensitas yang wajar atau tidak berlebihan serta mampu membatasi diri dalam melakukan interaksi sosial di dunia maya.

PENELITIAN LANJUTAN

Bagi peneliti berikutnya diharapkan mampu mengembangkan serta memperluas skala instrumen yang akan digunakan untuk memaksimalkan penelitian berikutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya yang tak terhitung jumlahnya. Selain itu, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang terus-menerus memberikan dukungan, doa, dan inspirasi. Selain itu, penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing yang telah membimbing, menasihati, dan selalu memberikan saran yang sangat berharga selama proses penulisan karya ini. Terima kasih juga kepada kerabat dan teman dekat yang telah menyemangati selama proses ini. Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat terwujud atas partisipasi, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Andarwati, L. (2016). Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas Xi Sma N 9 Yogyakarta. *E-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 1, 1-12. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipbk/article/viewFile/972/882>
- Bagas, M. A. D. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Kenakalan Siswa SMAN 3 Tualang (Vol. 10).
- Febriyanti, N. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Social Comparison Terhadap Self Esteem Gen Z.
- Hariyanto, G. C. (2019). Perbedaan Penggunaan Internet, Media Sosial, Dan Persepsi Pada Dunia Kerja Menurut Kelahiran Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kindangen, A. D., Lumapow, H. R., & Kapahang, G. L. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsistik Remaja Akhir Di Kota Manado. *Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 13(2), 419-425.
- Kusuma, A. B., Setyanto, A. T., & Mohammad, K. (2019). *Kontrol Diri dan*

- Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Media Sosial Instagram*. 11(1).
- Liang, S. (2021). Kecenderungan Perilaku Narsistik Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram. *EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 32–41. <http://journal.wima.ac.id/index.php/EXPERIENTIA/article/view/2881>
- Mustaqim. (2016). Paradigma Perilaku Sosial Dengan Pendekatan Behavioristik (Telaah Atas Teori Burrhusm Frederic Skinner). *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 10(2), 503–513.
- R. Cyrus, & R. Nitin. (2011). IBM SPSS Exact Tests. In 2011 (Issue January 1996). <http://www.spss.co.jp/medical/tutorial/04.html> ???
- Sabekti, R. (2019). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) Dengan Kecenderungan Narsisme Dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir. In *Perpustakaan Universitas Airlangga*.
- Sakinah, U., Zatrachadi, M. F., & Darmawati, D. (2020). Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 34. <https://doi.org/10.24014/0.8710544>
- Saleh, Gunawan, M. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Dalam Perilaku Narsis Pada Pelajar SMA Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(4), 372–390. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Ulfa, N. M. (2022). Hubungan Antara Intensitas Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Instagram Dengan Kecenderungan Narsistik Pada Remaja Dimasa Pandemi Covid-19. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Umami, M. (2021). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Self Awareness Pada Remaja Di Lombok Timur [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. In *Industry and Higher Education*. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Wahyuni, F. R., Nur, M., & Nurdin, H. (2022). Hubungan antara Harga Diri dan Kecenderungan Perilaku Narsistik Pengguna Instagram pada Dewasa Awal. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(6), 639–653.
- Windarwati, H. D., Raharjo, R. V., & Choiriyah, M. (2020). “Penghayatan” Merupakan Parameter Tertinggi Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Remaja SMA. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 8(3), 235–240.