

# Dhelviesarah Rahayu 2

*by* Psikologi Umsida

---

**Submission date:** 09-Feb-2024 09:19AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2290083669

**File name:** DHELVIESARAH-192030100032.doc (155K)

**Word count:** 6069

**Character count:** 38478

## TANTE-TANTE NARSIS: ANALISIS PADA IBU RUMAH TANGGA PEGIAT MEDIA SOSIAL TIK-TOK DI DESA BALONGDOWO

Dhelviesarah Rahayu<sup>1</sup>, Hazim<sup>2</sup>

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,  
 Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur<sup>1</sup>  
 e-mail: [dhelviesarahrahayu@gmail.com](mailto:dhelviesarahrahayu@gmail.com)<sup>1</sup> [hazim@umsida.ac.id](mailto:hazim@umsida.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa penggunaan media sosial aplikasi Tiktok terhadap perilaku narsisme Ibu rumah tangga di Desa Balongdowo. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek pada penelitian ini adalah Ibu rumah tangga yang ada di Desa Balongdowo. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam pengambilan informan peneliti menggunakan teknik Purposive Sampling yaitu orang yang menjadi informan adalah orang yang suka menggunakan aplikasi Tik-Tok dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti.

### Kata kunci :

Aplikasi Tik-Tok, Intensitas, Narsisme

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the use of the Tiktok social media application on the narcissistic behavior of housewives in Balongdowo Village. The method used is qualitative with a descriptive approach. The subjects in this study were housewives in Balongdowo Village. Data collection techniques are observation, interviews, and documentation. In taking informants, researchers used the Purposive Sampling technique, namely people who become informants are people who like to use the Tik-Tok application with criteria that have been determined by the researcher*

### Keywords :

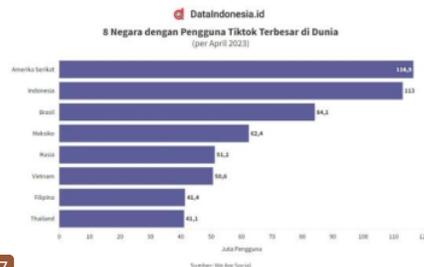
Tik-Tok App, Intensity, Narcissism

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi memudahkan manusia dalam berkomunikasi satu dengan yang lain. Burhan Bungin dalam Febriadi (2013:163) Pesatnya penyebaran teknologi informasi juga telah mengubah pola dan tatanan masyarakat. Dari komunitas dunia lokal hingga komunitas dunia global, dunia transparan perkembangan teknologi yang berdampak pada peradaban manusia disebut juga dengan the big village. Dengan adanya internet menjadikan segala informasi dengan cepat tersalurkan kepada para pengguna media sosial. Dari media sosial melahirkan jejaring sosial seperti facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp yang dimana memberikan ruang bagi para pengguna media sosial dalam memanfaatkan mencari informasi, alat komunikasi, maupun hiburan (Febriadi 2019:2).

Salah satu yang tengah digandrungi oleh masyarakat Indonesia saat ini yaitu Tik-Tok aplikasi yang menggabungkan media sosial dan berbagi video karena kemudahan dan praktis dalam penggunaannya Terhitung November 2019, aplikasi TikTok menjadi aplikasi non-game yang paling banyak diunduh. Hingga 1,5 miliar pengguna TikTok di seluruh dunia telah melampaui 1 miliar unduhan aplikasi Instagram. Jumlah pengguna TikTok meningkat pesat dari 10 juta unduhan pada tahun

sebelumnya (CNN, 2019). Pada Januari 2020, jumlah unduhan aplikasi TikTok melebihi Facebook dan Instagram. Tiktok, yang diunduh lebih dari 700 juta kali di seluruh dunia pada bulan 2019, menempati peringkat kedua, disusul Facebook di peringkat keempat, dan Instagram di peringkat kelima, menurut data Sensor Tower. Sensor Tower menghitung data ini dari Google Play Store di Android dan App Store di IOS (Ferdiansyah, 2020). Dari data di atas bisa dikatakan bahwa eksistensi juga terjadi pada kalangan ibu rumah tangga. Tik-Tok memiliki banyak fitur yang bisa digunakan seperti update story, live streaming, coment & like, dan sharing information.



Menurut laporan firma riset Statista, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia mencapai 113 juta pada April 2023. Dengan 113 juta pengguna, Indonesia dinobatkan sebagai negara

dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia selama periode tersebut. Hal ini dilaporkan dalam laporan berjudul: "Countries with the largest TikTok audience as of April 2023" (Negara dengan jumlah viewer TikTok tertinggi per April 2023). Jumlah pengguna TikTok di Indonesia tidak melebihi 117 juta di Amerika Serikat (AS). Umlah tersebut menjadikan Amerika Serikat sebagai negara pertama di dunia yang memiliki penonton TikTok terbanyak pada April 2023. Pada awal tahun 2023, 66,1% penonton iklan TikTok di Indonesia adalah perempuan dan 33,9% adalah laki-laki. Menurut data yang dipublikasikan dalam alat perencanaan periklanan ByteDance, potensi jangkauan iklan TikTok di Indonesia akan meningkat sebesar 18 juta orang (+19,4 persen) dari awal tahun 2022 hingga awal tahun 2023.

Fenomena penggunaan aplikasi TikTok banyak menimbulkan kecenderungan narsis di kalangan penggunanya. Kebanyakan dari mereka membuat video TikTok dan mereka sangat menyukai sesama lain dalam video tersebut. Narsisme cenderung terlalu mencintai diri sendiri, percaya bahwa dirinya unik dan mampu mengungguli orang lain, sehingga menimbulkan perilaku berlebihan yang tidak sebanding dengan kemampuan sebenarnya, atau lebih tepatnya kepribadian sombong atau angkuh.

Istilah "narsis" pertama kali digunakan oleh Sigmund Freud mengadopsi dari tokoh dalam mitologi Yunani, yaitu Narcissus atau Narcissus, yang dikutuk sehingga mencintai bayangannya sendiri di kolam. Narcissus begitu terpengaruh oleh rasa cinta terhadap dirinya sendiri sehingga tanpa sengaja menjulurkan tangannya hingga tenggelam, dan akhirnya tumbuh bunga yang disebut bunga narsis. Menurut Santrock (2012), narsistik merupakan pendekatan terhadap orang lain yang berpusat pada diri sendiri (self-centered) dan memikirkan diri sendiri (self-concerned). Pelaku narsisme sangat berpusat pada dirinya, selalu menekankan bahwa dirinya sempurna, serta memandang keinginan dan harapannya merupakan hal terpenting.

Handayani (2016) merumuskan berbagai aspek narsistik sebagai berikut: a. Otoritas, ialah pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri terkait dengan otoritas atau wewenang atas jabatan yang dimilikinya. Individu yang mempunyai tingkat kekuasaan atau wewenang yang tinggi akan menganggap dirinya lebih unggul dibandingkan dengan orang yang tidak mempunyai kekuasaan atau wewenang tersebut dalam perusahaan atau organisasi tempatnya bekerja. b. Self-sufficiency, secara umum dipahami sebagai kemampuan batin seseorang. Umumnya indikator ini ditandai dengan keyakinan bahwa seseorang dapat

menggunakan kemampuannya untuk memenuhinya. c. Superioritas, citra diri yang berlebihan, dikaitkan dengan kompetensi. Kemampuan, bakat, kesanggupan, dan keunikan yang dimiliki seseorang menjadikan seseorang merasa menjadi manusia yang hebat dan istimewa. d. Eksibisionisme, kecenderungan mencari perhatian orang lain, berkaitan dengan kemampuan, sifat dan kebiasaan, sifat dan bakat diri sendiri. e. Eksploitasi, motivasi memanipulasi dan mendayagunakan orang lain untuk kepuasan diri sendiri. Individu dengan sifat narsistik senang memanfaatkan dan memanipulasi orang lain. Itu karena orang narsis percaya bahwa mereka dapat memahami orang lain dan membuat orang lain memercayai serta menyukai mereka. f. Kesombongan, perasaan kagum yang berlebihan ketika membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Individu dengan narsisme ingin tahu seperti apa rupanya dan apa cirinya. Individu narsis selalu melihat dirinya sempurna dan memandang orang lain lebih rendah atau tidak ada bandingannya. g. Hak, keyakinan bahwa orang lain patut dihormati dan dikagumi. Individu dengan narsisme sangat membutuhkan situasi di mana orang lain mengagumi, mengagumi, dan menghormatinya. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, orang narsis akan mengembangkan sikap arogan. h. Kepemimpinan/Otoritas, Dimensi ini berkaitan dengan perasaan bahwa orang narsis adalah orang sukses yang memiliki bakat kepemimpinan. Dimensi ini juga berkaitan dengan keyakinan orang narsis bahwa dirinya adalah seseorang yang dihormati dan diakui oleh orang lain, serta berkaitan juga dengan kewibawaan dan kewibawaan yang dimiliki oleh orang narsis. i. Penerimaan Diri/Kekaguman Diri, dimensi ini terkait dengan perasaan suka dan kagum narsistik, tentang sosok dirinya yang dianggap sebagai seseorang yang ideal, dan sempurna. j. Superioritas/Arogansi, Dimensi ini mengacu pada sifat arogan narsistik yang terkait dengan keterampilan, bakat, dan superioritas orang narsis, percaya bahwa orang lain tidak lebih baik dari mereka.

Menurut Sedikides, dkk (2004), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepribadian narsisme: a. Self-esteem (harga diri), Mereka sangat rentan terhadap kritik karena harga diri mereka (self-harga) yang tidak stabil dan terlalu bergantung pada interaksi sosial hingga membuat harga diri mereka rapuh. Seseorang yang memiliki tingkat self-esteem yang rendah cenderung lebih sering aktif di media sosial. b. Depression (depresi), pikiran negatif tentang diri sendiri, dunia, masa depan, perasaan bersalah, kurang percaya diri dalam hidup. Seseorang yang mengalami depresi disibukkan oleh keinginan akan perhatian, yang

berasal dari keyakinan bahwa mereka penting. Mereka cenderung pesimis ketika harapannya tidak terwujud dan menyalahkan orang lain. c. Loneliness (kesepian), perasaan tidak menyenangkan yang berhubungan dengan konflik antara kebutuhan akan keintiman dengan orang lain dan keintiman pribadi. Jika orang lain tidak memenuhi harapannya yang tidak realistis, dia akan marah dan mengusir mereka. Akibatnya, mereka tidak mampu memahami orang lain, kurang berempati karena perasaan iri dan sombong, serta menuntut orang lain agar menuruti keinginannya tidak realistis. d. Subjective Well-being (perasaan subjektif), individu merasa bahwa dirinya seakan-akan menjadi pribadi yang sempurna sehingga hal ini membuatnya hidup dalam fantasi keasyikan dengan khayalan akan keberhasilan, kekuatan, kecemerlangan, atau kecantikan yang tidak terbatas. e. Kurangnya sosialisasi, Berdasarkan jenis sosialisasinya, dapat dibedakan menjadi dua bidang: sosialisasi primer (dalam keluarga) dan sosialisasi sekunder (dalam masyarakat). Apabila seseorang hidup dalam dunianya sendiri dan banyak menghabiskan waktunya hanya untuk kepentingan dirinya sendiri, maka ia tidak akan peduli dengan lingkungan sosialnya dan cenderung mengutamakan kehidupannya sendiri, sehingga akan menimbulkan kritikan dari lingkungan sosialnya. berhenti peduli. itu. Mereka tidak peduli karena bagi mereka mereka adalah orang-orang nyata.

Dari Pengguna media sosial Tiktok mengaku sangat menikmati penggunaan aplikasi Tik Tok. Awalnya saya hanya ingin berpartisipasi, namun kini menggunakan media sosial Tik Tok sudah menjadi hobi. Beberapa pengguna mengungkapkan kegembiraannya dengan membuat video dan mempostingnya di Tok. Penggunaan TikTok yang intensif membuat mereka hampir setiap hari membuat video. lagi ketika ada sesuatu yang sedang tren, mereka akan langsung membuat video yang sama, mendapat pujian dan mendapat banyak like, seolah-olah mereka ingin mendapat ucapan "I love it!" dan tidak peduli dengan ulasan pengguna. Ada banyak hal yang sebenarnya tidak perlu dipublikasikan. Mereka sangat sensitif terhadap kritik dan kegagalan memenuhi harapan. Perilaku ini mengarah pada perilaku yang disebut narsisme atau narsisme.

Penelitian 1 mengenai Analisa narsis pada Ibu Rumah Tangga melalui Media Sosial Tik-Tok di Desa Balongdowo yang telah dilakukan observasi oleh peneliti terdahulu yang berkaitan salah satu diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sufiana,dkk (2022) dengan judul "Motivasi Pengguna Aplikasi TikTok dalam Pandangan Islam" menyatakan bahwa munculnya Motivasi perilaku narsisme menurut Omar& Dequan (2020) yaitu : Interaksi yang

mungkin terjadi karena tersedianya fitur-fitur pendukung seperti follow, comment, like, share, dan duet di dalam aplikasi TikTok itu sendiri. Tidak semua aplikasi memiliki fungsi seperti ini, sehingga salah satu fitur andalannya adalah Duet. Selain itu, interaksi yang terjadi pada aplikasi TikTok terlihat saat orang-orang membagikan aktivitas sehari-harinya di aplikasi tersebut. Memori bisa diartikan sebagai tempat menyimpan kenangan suatu momen tertentu, namun selain itu juga terdapat fitur simpan yang memungkinkan Anda menyimpan video di aplikasi TikTok. Ekspresi diri: Aplikasi TikTok memungkinkan Anda mengekspresikan diri dengan membuat konten yang kreatif dan menarik. Inilah salah satu alasan mendasar menggunakan aplikasi TikTok. Salah satu cara ekspresi diri seseorang adalah dengan membuat konten seperti gerak tari.

Penelitian 2 oleh Rani Diah,dkk (2019) dengan judul "Analisis Perilaku Narsisme pada Peserta Didik Kelas XII MIPA Man 2 Pontianak Tahun 2019" menyatakan bahwa munculnya motivasi perilaku narsisme yaitu dengan hadirnya media sosial, masyarakat ingin tampil sebaik mungkin, dengan tujuan agar dikagumi orang lain, keren, kekinian, kekinian, dan dianggap baik dibandingkan orang lain. Sebaliknya, orang dengan perilaku seperti ini jauh dari memiliki kendali emosi, pengendalian diri, empati terhadap orang lain, motivasi, kepekaan sosial, atau keterampilan sosial.

Penelitian 3 dilakukan Renia Febriani (2021) "Fenomena penggunaan Facebook di kalangan Ibu Rumah Tangga di Sorek satu kecamatan pangkalan kuras kabupaten ahlawan". Penelitian ini menemukan motif mengekspresikan diri bahwa Ibu rumah tangga yang bermain Facebook, mereka ingin mendapatkan pujian dan juga perlakuan yang belum pernah mereka dapatkan di dunia nyata sehingga mereka mencari hal tersebut melalui dunia maya. Dengan hasil wawancara : "Sebenarnya saya sudah lama menggunakan Facebook dengan jumlah pertemanan yang hampir 5000 following dan saya lebih sering aktif di Facebook ketimbang di media sosial lainnya dan hampir setiap hari saya aktif, dan biasanya saat saya lebih sering upload foto kegiatan keseharian saya seperti jalan-jalan dan ngumpul sama teman-teman saya, kalau saya upload foto lebih banyak yang like sih dibanding yang berkomentar dan biasanya yang like itu hampir 200 orang. Dan wajib bagi saya upload foto itu 3x seminggu, sehingga tidak ada batasan bagi saya untuk bermain Facebook. (Nelfan Aulia. Rabu, 19 April 2021)"

Penelitian 4 serupa oleh Ahmad Khairul Nuzuli "Memahami penggunaan media sosial Facebook di kalangan Ibu rumah tangga" Penelitian ini menggunakan metode deskriptif

kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perilaku narsisme yang ditimbulkan bagi pengguna diperkuat dengan hasil wawancara: "Dengan adanya media sosial Facebook saya merasa sangat kagum, karena saya sangat suka berfoto, dulu sebelum saya mengenal sosial media facebook foto-foto saya hanya untuk dilihat-liha saja. Tapi dengan adanya Facebook foto-foto saya bisa di posting, dan baru baru ini saya menemukan fitur siaran langsung, hal itu membuat saya merasa senang karena orang lain bisa melihat saya langsung dari hp".

Sejurus dengan penelitian diatas, Novella Susanti & AlFurqan (2022) "Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Akhlak Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kampung Durian Kandang" menyatakan Masih banyak pengguna yang tidak menggunakan media sosial Facebook untuk berbagai keperluan. Bentuk penyalahgunaan media sosial Facebook yang terjadi di Kampung Durian Kandang ada tiga, yaitu: pertama, media sosial Facebook digunakan sebagai ajang curhat, dan media sosial Facebook digunakan sebagai tempat saling mengejek di media Facebook. Digunakan sebagai tempat 'riya' (pamer).

Hasil observasi yang dilakukan pra-peneliti yang ada di Desa Balongdowo bahwa hampir satu titik lokasi Ibu Rumah Tangga menggunakan dan memiliki akses Tik-Tok. Hal ini disebabkan Ibu-ibu di Desa Balongdowo berdagang atau berwirausaha. Ketika di wawancara para pengguna Tik-Tok mengatakan dengan menggunakan Tik-Tok mereka bisa terhibur dengan postingan yang ada di dalamnya. Selain itu dengan menggunakan Tik-Tok mereka juga bisa memposting apa yang mereka inginkan seperti video pendek ataupun foto mereka. Seperti Superioritas (sifat arogan narsistik yang terkait dengan keterampilan, bakat, dan superioritas orang narsisis, percaya bahwa orang lain tidak lebih baik dari mereka) salah satu aspek narsisme, disini Ibu Rumah Tangga merasa dirinya sangat mempunyai bakat lebih dari orang lain. Terbukti dari beberapa postingan yang diunggah di akun Tik-Tok membuat beberapa vidio yang lagi trending lalu di posting. Mereka menganggap dengan membuat video lalu di upload mereka mempunyai potensi lebih. Selain itu ada juga aspek dari narsisme yaitu Eksibisionisme (kecenderungan mencari perhatian orang lain) dengan membuat vidio yang lagi trending lalu mengupload ke Tik-Tok tanpa sadar mencari perhatian atau atensi dari orang lain terbukti mereka merasa senang ketika postingan mereka banyak yang menge-like ataupun menontonnya dan merasa bahwa banyak yang mengagumi mereka.

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui gambaran Ibu Rumah tangga di

Desa Balongdowo dalam menggunakan media sosial aplikasi Tik-Tok. Faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku atau sikap Ibu Rumah tangga dalam menggunakan aplikasi Tik-Tok. Selain itu diharapkan dapat digunakan sebagai bahan refrensi untuk penelitian lanjutan dalam mengembangkan teori terhadap masalah yang relevan khususnya mengenai psikologi umum dan psikologi sosial yang berhubungan dengan intensitas dalam penggunaan aplikasi Tik-Tok pada perilaku narsisme di kalangan ibu Rumah Tangga.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini bertujuan untuk memberi gambaran tentang suatu kejadian; atau juga dikenal dengan sebutan deskriptif. Sugiyono dalam Gunawan (2013:81) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bersifat sementara, dan dapat berkembang atau berganti setelah penelitian berada di lapangan. Maka dari itu penelitian kualitatif itu dapat mengubah masalah awal menjadi judul lain setelah mereka berada di lapangan dan langsung melihat keadaan yang terjadi di sekitar.

Metode kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, berdasarkan permasalahan yang diangkat. Peneliti melakukan penelitian kualitatif sehingga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang diamati. Penelitian ini mengkaji tentang fenomena ibu rumah tangga yang menggunakan media sosial Tik-Tok di Desa Balongdowo. Dengan fokus pada suatu fenomena, metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi merupakan metode penelitian yang tepat. Fenomenologi bertujuan untuk memahami permasalahan dan fenomena baru dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau dari sudut pandang ciri-ciri alami pengalaman manusia dan makna-makna yang diberikan padanya. Fenomenologi merupakan pendekatan penelitian yang tidak menggunakan asumsi atau anggapan dalam proses analisisnya.

Peneliti menggunakan dua orang ibu rumah tangga sebagai subjek. Adapun kriteria yang digunakan dalam penetapan subjek penelitian ini yaitu: Ibu rumah tangga, pengguna aktif Tik-Tok dan hampir setiap hari membuka Tik-Tok, memposting foto, video ataupun pesan berantai dari teman jejaringnya. Subjek pertama adalah YD. Seorang Ibu Rumah Tangga anak 1 berusia 30 Tahun dengan aktifitas sehari-hari mengurus anak dan pengguna aktif Tik-Tok. Subjek kedua adalah ZR. Seorang Ibu Rumah Tangga anak 5 yang berusia 41 Tahun dengan aktifitas sehari-hari berdagang petis dengan berlatar belakang Single Mom untuk ke 5

anakinya. ZR merupakan pengguna aktif TikTok.

Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Interview (Wawancara) adalah suatu proses tanya jawab yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber. Pewawancara mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang bersangkutan. Wawancara mendalam pada kedua subjek dilakukan sebanyak dua kali, sebagai bentuk triangulasi data. Observasi digital merupakan pengamatan terhadap suatu objek yang dilakukan secara digital. Digital merupakan salah satu bentuk modernisasi atau pembaharuan dalam pemanfaatan teknologi dan sering dikaitkan dengan hadirnya teknologi internet dan komputer. Tempat dimana segala sesuatu bisa dilakukan untuk memudahkan sumber daya manusia dengan menggunakan peralatan yang canggih. Teknologi digital merupakan perubahan dari kegiatan manual menjadi sistem informasi, atau disebut dengan proses transformasi yang berlangsung terus menerus dari waktu ke waktu, dan dimasa yang akan datang tidak dapat lagi dipisahkan segala kegiatan yang berhubungan dengan manusia dari teknologi informasi tersebut (Danuri, 2019).

Dengan adanya fitur live streaming pada Tik-Tok para subjek sering kali melakukan live streaming dalam rangka menyampaikan konten mereka secara langsung. Dari mulai memasak, membersihkan rumah, berbelanja dan lain sebagainya. Disini pengguna Tik-Tok lainnya juga bisa bergabung atau join dalam live streaming dengan memberi gift yang berupa sticker yang ada di Tik-tok, bisa juga dalam bentuk likes ataupun secara verbal berupa pemberian komentar, yang kemudian akan dijawab oleh streamer

Analisis data menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif, di mana peneliti memperoleh data melalui wawancara, observasi, atau studi literatur. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Pada fase reduksi data, data dari semua sumber yang tersedia disortir dan disaring sedemikian rupa sehingga hanya informasi yang relevan dan diperlukan saja yang disimpan. Pada tahap penyajian informasi, informasi yang dipilih dirangkai dalam bentuk yang mudah dipahami dan terorganisir seperti tabel, diagram atau model konseptual. Pada tahap konfirmasi atau inferensi, data dan kesimpulan yang telah dibuat sebelumnya diperiksa kembali untuk memastikan bahwa data tersebut mendukung kesimpulan yang ditarik dan tidak bias (Miles et al., 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Narasumber berprofesi sebagai ibu rumah tangga sekaligus konten creator di TikTok. Sama memiliki pengalaman berinteraksi di TikTok. Pada wawancara ini terbagi menjadi beberapa dimensi dan hasil dari wawancara kedua narasumber. Berikut adalah aspek aspek narsistik (Handayani, 2016).

#### a. Otoritas

Otoritas adalah kemampuan membuat orang lain mematuhi suatu perintah tertentu dalam sebuah aspek lain yang harus ada di sisi kekuasaan.

"Bagaimana Anda merasa ketika Anda mendapatkan banyak pengikut atau 'like' di TikTok? Apakah Anda merasa perlu untuk mempertahankan atau meningkatkan otoritas Anda dalam platform ini?"

Subjek 1 : Ketika mendapatkan banyak pengikut atau 'like' di TikTok, saya merasa sangat senang dan ingin mempertahankan otoritas saya sebagai pengguna yang berpengaruh di platform ini.

Subjek 2 : Saya rasa ya semua konten yang saya buat itu kreativitas dan kerja keras saya. Saya merasa puas bisa menunjukkan ke orang lain.

Dari jawaban kedua narasumber artinya bahwa jika mengupload konten di TikTok berimbas timbulnya rasa puas dalam diri dengan mendapatkan like berarti bisa mempengaruhi sesuai perintah dalam konten tersebut. Dimana kekuasaan mendominasi dengan pengaruh yang dibawa dalam konten tersebut. Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa wewenang merupakan rasa percaya diri yang berlebihan terhadap kekuasaan dan tanggung jawab yang dimiliki seseorang pada jabatannya (Handayani, 2016).

#### b. Self-sufficiency

Self-sufficiency adalah kemampuan diri sendiri untuk memenuhi kebutuhan dirinya menggunakan kemampuan pribadi.

"Apakah Anda sering mencari apresiasi diri dalam bentuk 'like' atau komentar positif dari orang lain di TikTok, atau Anda lebih cenderung memuaskan diri sendiri?"

Subjek 1 : Saya mencari apresiasi diri dalam bentuk 'like' dan komentar positif, tetapi juga merasa puas dengan pencapaian mandiri dalam membuat konten.

Subjek 2 : Ya tentu saja karena like dan komentar di TikTok berpengaruh ke insight saya jadi bisa FYP. Nah jika saya mendapatkan banyak like tentu saya merasa puas.

Dari jawaban kedua narasumber artinya bahwa pencapaian diakui dengan banyaknya like dan komentar yang baik. Dimana kebutuhan kedua narasumber adalah mendapatkan respon positif. Artinya sesuai teori bahwa kemampuan dirinya membuat konten untuk memenuhi kebutuhan akan itu. Hal tersebut sejalan bahwa self sufficiency adalah kemampuan umum seseorang untuk merasa yakin bahwa mereka mampu memenuhi kebutuhan mereka sendiri tanpa perlu bantuan dari orang lain (Handayani, 2016).

#### c. Superioritas

Superioritas adalah mekanisme pertahanan yang berkembang seiring waktu untuk membantu seseorang mengatasi perasaan rendah diri.

"Apakah Anda merasa perlu untuk selalu menjadi yang terbaik dalam hal kreativitas atau popularitas di TikTok?"

Subjek 1 : Saya merasa perlu untuk selalu menjadi yang terbaik dalam hal kreativitas atau popularitas di TikTok, dan ini memotivasi saya untuk terus berkembang.

Subjek 2 : Ya saya rasa harus sih supaya ada perkembangan dan kemajuan.

Dari jawaban kedua narasumber artinya bahwa menjadi yang terbaik adalah faktor penting dalam popularitas TikTok yang akan memotivasi untuk tetap narsis. Menjadi yang terbaik adalah salah satu mekanisme pertahanan diri dengan membuat diri menjadi lebih dari yang lain. Hal tersebut sejalan bahwa superioritas adalah Pemahaman yang terlalu tinggi tentang diri sendiri dalam hal kompetensi, di mana kecakapan pribadi, bakat, keterampilan, dan keunikan membuat seseorang merasa istimewa dan luar biasa (Handayani, 2016).

#### d. Eksibisionisme

Eksibisionisme adalah perhatian orang lain kepada diri kita pada kebiasaan yang dilakukan. "Bagaimana Anda menangani perasaan jika Anda merasa eksposur diri Anda di TikTok dianggap terlalu berani atau terlalu berlebihan oleh pengguna lain?"

Subjek 1 : Sejauh ini tidak pernah, dan jikapun terjadi saya akan mengurangi intensitas saya bermain tiktok.

Subjek 2 : Menurut saya sih biasa yah al seperti itu, tujuannya tiktok kan memang untuk memiliki exposure

Dari hasil wawancara menyebutkan bahwa subjek 1 merasa bahwa konten yang dibuat selama ini tidak melampaui batas dan subjek 2 merasa bahwa menarik perhatian banyak orang sudah lumrah. Dimana itu bisa

menarik perhatian orang lain atas kebiasaan yang dilakukan. Hal tersebut sejalan bahwa Eksibisionisme adalah Kebiasaan untuk mendapatkan perhatian orang lain terkait dengan atribut pribadi seperti kemampuan, sifat, kebiasaan, karakter, dan bakat yang dimiliki oleh seseorang (Handayani, 2016)

#### e. Eksploitasi

Eksploitasi adalah tindakan dengan atau tanpa persetujuan korban yang meliputi, tetapi tidak terbatas.

"Bagaimana pendapat anda mengenai tindakan yang memaksa oranglain untuk tergabung dalam konten anda karena anda merasa hal itu menguntungkan ?

Subjek 1 : Sangat tidak setuju, sejauh ini saya tidak pernah memaksa orang lain untuk ikut serta.

Subjek 2 : Ya Namanya manusia ya, manusiawi jika ingin menambah ketenaran dengan mengajak orang lain yang sudah lebih terkenal namun hal itu tidak dibenarkan.

Dari hasil wawancara menyebutkan bahwa subjek 1 merasa tidak setuju jika harus memaksa orang lain membuat konten jika yang bersangkutan keberatan, namun pada subjek 2 merasa jika menambah ketenaran ya sudah seharusnya meski ia merasa bahwa bukan hal yang baik. Kedua narasumber tidak terindikasi eksploitasi karena tidak sependapat dalam memaksakan orang membuat konten bersama. Hal tersebut sejalan dengan Eksploitasi adalah Niat untuk mengatur dan memanfaatkan orang lain demi kebahagiaan pribadi (Handayani, 2016).

#### f. Kesombongan

Kesombongan adalah mengagungkan diri seraya meremehkan dan merendahkan orang lain.

"Apakah Anda merasa perlu untuk selalu menunjukkan kesombongan dalam konten TikTok Anda, dan bagaimana perasaan ini memengaruhi hubungan Anda dengan pengguna lain?"

Subjek 1 : Saya kadang-kadang merasa perlu menunjukkan kesombongan dalam konten TikTok saya untuk mempertahankan reputasi saya sebagai pengguna yang berpengaruh, tetapi saya juga berusaha untuk tetap bersikap rendah hati.

Subjek 2 : Tidak, karena netizen di Indonesia tentunya sangat akrab dengan istilah "star syndrome" nah saya takut jika dikatakan seperti itu.

Dari hasil wawancara subjek 1 menyebutkan bahwa menunjukkan kesombongan berguna dalam hal reputasinya, sedangkan subjek 2 menyebutkan bahwa kesombongan tidak perlu karena takut dibully netizen. Jadi kedua narasumber bertolak belakang dalam hal ini. Bahwa kedua narasumber tidak mengagungkan diri seraya merendahkan orang lain. Hal ini bertolak belakang dengan Kesombongan adalah Penghargaan yang berlebihan terhadap diri sendiri dengan mengukurnya berdasarkan perbandingan dengan orang lain (Handayani, 2016)

#### g. Hak

Hak adalah segala sesuatu yang kita dapatkan setelah kita melaksanakan kewajiban. "Apakah Anda melihat diri Anda sebagai seseorang yang memiliki hak untuk memiliki pengikut, popularitas, atau pengaruh di TikTok, dan bagaimana hal ini memengaruhi cara Anda berinteraksi di platform tersebut?"

Subjek 1 : Saya melihat diri saya sebagai seseorang yang berhak untuk memiliki pengikut, popularitas, atau pengaruh di TikTok, dan ini memengaruhi cara saya berinteraksi dengan pengguna lain dengan rasa percaya diri.

Subjek 2 : Tentu saja, kalau sudah berkarya dan bisa menginfluence orang lain untuk mengikuti konten kita kan berhak saja saya untuk mendapat popularitas. Setelah itu tentu akan berpengaruh dengan pola interaksi saya karena sudah ada pihak lain yang mengamati perilaku saya.

Hasil wawancara menyebutkan bahwa kedua narasumber baik subjek 1 dan 2 merasa memiliki hak atas karya dan popularitas yang diperoleh dalam berinteraksi di TikTok. Hak nya juga berbentuk memiliki pengikut dan popular dimana tidak ada larangan untuk itu selama tidak meyalahi hukum. Hal ini sejakan dengan Hak adalah Keyakinan bahwa orang lain memiliki kewajiban untuk memberikan penghormatan dan pengaguman (Handayani, 2016).

#### h. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi dan menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. "Apakah Anda sering mencari peran kepemimpinan atau otoritas dalam diskusi atau konten TikTok Anda, dan apa motivasi di balik hal ini?"

Subjek 1 : Tidak memimpin sih, tapi saya lebih ke yang harus menentukan bagaimana

pengelolaan akun dan konten yang diunggah karena tiktok kan juga platform untuk personal branding saya.

Subjek 2 : Kalau ini tentu iya, saya kan membuat konten dan branding akunya juga tentang saya jadi saya mengambil andil utama kalau soal membuat konten

Hasil wawancara menyebutkan bahwa subjek 1 menafsirkan kepemimpinan dengan pengelolaan akun untuk personal branding begitupun subjek 2 yang merasa bahwa konten adalah segalanya dalam kepemimpinan akun sendiri. Dimana akun Tiktok adalah hal yang dipimpin oleh masing masing individu untuk menginspirasi dan diakui. Hal tersebut sejalan dengan Kepemimpinan adalah pandangan bahwa dirinya memiliki bakat untuk menjadi pemimpin yang sukses. Aspek ini mengarah pada keinginan seseorang untuk diakui, dihormati, disegani, dan diberikan wewenang yang besar (Handayani, 2016).

#### i. Penerimaan Diri

Penerimaan diri adalah suatu kemampuan individu untuk dapat melakukan penerimaan terhadap keberadaan diri sendiri.

"Apakah Anda merasa perlu untuk terus-menerus meningkatkan citra diri Anda di TikTok atau Anda merasa cukup dengan siapa Anda sekarang?"

Subjek 1 : Saya merasa perlu terus meningkatkan citra diri saya di TikTok, tetapi juga merasa cukup dengan siapa saya sekarang dalam platform ini.

Subjek 2 : Iya tentu, jika sudah menjadi influencer maka harus meningkatkan reputasi diri.

Hasil wawancara menyebutkan bahwa subjek 1 merasa meningkatkan citra diri sangat dibutuhkan begitupun subjek 2, namun subjek 1 juga merasa cukup atas apa yang dicapai saat ini. Penerimaan atas kegaguman dalam diri membuat bersyukur dan ingin meningkatkan citra diri dalam bermedia social. Hal tersebut sejalan dengan Penerimaan Diri adalah perasaan mengagumi dan suka mengenai seluruh hal yang ada didalam dirinya sendiri serta selalu merasa bahwa dirinya penuh talenta dan berbakat (Handayani, 2016).

#### j. Arogansi

Arogansi adalah suatu sikap keangkuhan yang ada pada diri seorang manusia sehingga dapat menyebabkan hal-hal yang tidak diinginkan terjadi.

"Apakah anda pernah memandang orang lain yang memiliki konten sejenis dengan anda tidak lebih baik dari anda?"

Subjek 1 : Sesekali pernah  
Subjek 2 : Terkadang seperti itu

Dari hasil wawancara menyebutkan bahwa subjek 1 dan subjek 2 terkadang memandang orang lain rendah dengan merasa bahwa kontennya adalah yang terbaik dari lainnya. Arogansi didalam kedua narasumber ini yaitu atas pernyataan kontennya adalah paling baik dibanding lainnya dengan meremehkan orang lain. Hal tersebut sejalan dengan Arogansi adalah aspek yang berkaitan dengan rasa sombong mengenai kemampuan dan bakat yang dimiliki serta rasa ingin merendahkan dan memandang remeh orang lain (Handayani, 2016).

#### k. Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri adalah keinginan seseorang dalam mencapai kebutuhan, dengan menggunakan semua kemampuan yang ia miliki. "Apakah Anda merasa bahwa menjadi pengguna aktif TikTok memberi Anda peluang untuk mengejar atau mengungkapkan minat, bakat, atau keterampilan tertentu yang Anda miliki?"

Subjek 1 : Saya merasa TikTok memberi saya peluang untuk mengejar minat dan bakat saya, seperti seni, memasak, dan parenting.

Subjek 2 : Tentu saja, tiktok adalah wadah menuangkan kreativitas saya dan mengekspresikan diri

Dari hasil wawancara menyebutkan bahwa subjek 1 merasa bahwa Tiktok dapat mengembangkan minat bakatnya dan subjek 2 merasa bahwa kreativitas tersalurkan. Mencapai potensi maksimal dirasakan kedua narasumber dengan lebih kreatif membuat konten. Hal tersebut sejalan dengan Aktualisasi diri adalah keinginan untuk mencapai potensi maksimal dan mengembangkan diri secara pribadi. Individu yang terdorong oleh motivasi ini berusaha mencapai tujuan yang berfokus pada pertumbuhan diri, pencapaian puncak, dan pemenuhan diri (Handayani, 2016).

#### l. Penghargaan

Penghargaan adalah sesuatu yang diberikan kepada seseorang, organisasi atau kelompok jika mereka melakukan sesuatu keunggulan dibidang tertentu.

"Apakah Anda menggunakan penghargaan dari TikTok sebagai cara untuk mengukur atau mengukur keberhasilan Anda dalam platform ini?"

Subjek 1 : Saya menggunakan penghargaan dari TikTok sebagai ukuran

keberhasilan saya dalam menciptakan konten yang relevan dan berdampak positif.

Subjek 2 : Iya, saya menjadikan hal itu sebagai tolok ukur kesuksesan saya dalam membuat konten.

Dari hasil wawancara keduanya menjadikan penghargaan TikTok sebagai ukuran kesuksesan. Penghargaan adalah dorongan yang berkaitan dengan keinginan seseorang untuk mendapatkan penghargaan, pengakuan, atau imbalan sebagai imbalan atas tindakan atau prestasi yang mereka capai. Penghargaan ini bisa berupa bentuk penghargaan, uang, pengakuan sosial, atau hal-hal lain yang dianggap berharga oleh individu (Handayani, 2016).

#### m. Aspek Sosial

Aspek Sosial adalah segala meliputi hasil aktivitas hubungan manusia dengan alam disekitarnya.

"Apakah Anda merasa bahwa mendapatkan teman atau rekan baru melalui TikTok adalah salah satu hasil yang memuaskan dari penggunaan aplikasi ini?"

Subjek 1 : Saya merasa TikTok telah membantu saya untuk mendapatkan teman-teman baru yang memiliki minat yang sama, dan ini adalah aspek sosial yang paling memuaskan bagi saya.

Subjek 2 : Tentu saja, menambah teman dan relasi ya.

Subjek 1 merasa bahwa TikTok bisa menghubungkan dengan teman baru dengan minat sama, dan begitupun yang dialami oleh subjek 2. Aktivitas social pada medsos seperti saling bertukar pendapat, saran kritik dan kolaborasi untuk membangun hubungan. Hal tersebut sejalan dengan Aspek Sosial adalah keinginan untuk bersosialisasi, berinteraksi dengan orang lain, dan menerima dukungan sosial. Individu yang terdorong secara sosial cenderung mencari hubungan sosial, persahabatan, dan terlibat dalam aktivitas social (Handayani, 2016).

#### n. Rasa Aman

Rasa aman adalah perasaan tenang dan nyaman di area interaksi.

"Bagaimana Anda mengelola risiko atau perasaan rentan yang mungkin muncul ketika Anda berbagi konten pribadi di TikTok?"

Subjek 1 : Saya membatasi dalam sharing kepada orang lain, tidak membagikan hal-hal yang bersifat pribadi.

Subjek 2 : Ya dengan membangun mindset untuk tidak mudah tersinggung.

Subjek 1 membangun rasa aman dengan tidak membagikan hal yang bersifat pribadi berbeda dengan subjek 2 dengan membangun rasa aman perasaan tidak mudah tersinggung. Rasa aman bermedia social yaitu dengan membangun ekosistem sehat dalam berkomentar dan dalam membuat konten. Hal tersebut sejalan dengan Rasa Aman adalah dorongan untuk merasa aman, dilindungi, dan terbebas dari ancaman atau bahaya, baik secara fisik maupun emosional (Handayani, 2016).

#### o. Fisiologi

Fisiologi adalah mekanisme kerja sistem tubuh, interaksi antar organ, serta interaksi sistem organ dengan lingkungan sekitar.

"Apakah Anda merasa bahwa TikTok dapat menjadi pengalihan yang membantu mengurangi stres atau kecemasan dalam hidup Anda?"

Subjek 1 : TikTok dapat menjadi pengalihan yang membantu mengurangi stres atau kecemasan dalam hidup saya, terutama saat saya menikmati konten yang lucu atau menginspirasi.

Subjek 2 : Tentu saja, tiktok sebagai wadah ekspresi diri dalam kondisi sedih ataupun senang asal sesuai Batasan.

Subjek 1 merasa bahwa TikTok dapat mengurangi kejenuhan sebagai Ibu Rumah Tangga dan subjek 2 mengurangi stress untuk menuangkan perasaan sedih senang. Dengan perasaan seperti itu maka bisa menjadi alasan dalam pertahanan hidup dimana hidup tidak selalu monoton. Hal ini sejalan dengan Fisiologi adalah upaya untuk memastikan bahwa kebutuhan-kebutuhan ini terpenuhi agar individu dapat bertahan dan menjalani kehidupan dengan baik (Handayani, 2016).

#### Pembahasan

Fenomena narsistik yang terjadi di media social TikTok khusus nya pada ibu ibu terjadi karena motivasi berbagai hal untuk bertindak narsis, yang pada mulanya hanya mengisi kekosongan bahkan kebosanan dalam rutinitas setiap hari sebagai ibu rumah tangga yang terus menerus hanya kegiatan monoton yang dirasa membosankan. Adanya TikTok bisa mengisi waktu luang juga menambah penghasilan dengan endorse dan dapat barang gratis tentunya menambah kesenangan. Dimana pengaruh itu disebabkan karena otoritas, self sufficiency, superioritas, eksivisionisme, eksploitasi, kesombongan, hak, kepemimpinan,

penerimaan diri, arogansi, aktualisasi diri, penghargaan dan aspek social. Namun narsistik tersebut tidak selalu bernilai negative, lebih banyak positifnya karena bisa menuangkan kreativitas meski sudah jadi ibu rumah tangga dan menambah penghasilan dari uang endorse, barter value dan lainnya terlebih sering dapat sampel gratis produk dari berbagai brand.

Pada penelitian terdahulu Sufiana,dkk (2022) TikTok menjadi terlihat ketika orang-orang membagikan aktivitas sehari-harinya di aplikasi. Memori dapat diartikan sebagai penyimpanan kenangan pada suatu momen waktu tertentu. Renia Febriani (2021) Penelitian ini menemukan motif mengekspresikan diri bahwa Ibu rumah tangga yang bermain Facebook, mereka ingin mendapatkan pujian dan juga perlakuan yang belum pernah mereka dapatkan di dunia nyata. Novella Susanti & AlFurqan (2022) menyatakan Masih banyak pengguna yang tidak menggunakan media sosial Facebook untuk berbagai keperluan. Media sosial facebook dijadikan sebagai tempat curhat, media sosial facebook dijadikan sebagai tempat curhat, media sosial facebook dijadikan sebagai tempat pamer.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah dimana mewawancarai 2 narasumber yang aktif di TikTok dengan bidang konten yang berbeda jadi bisa mendapatkan dua sisi pemahaman. Dimana kedua narasumber memperhatikan aspek selain hanya mendapat pujian berupa komentar positif atau like tapi juga seperti aspek otoritas, aspek sosial dan penghargaan yang dijadikan tujuan utama dalam membuat konten.

#### SIMPULAN

Ibu Rumah Tangga yang juga berperan sebagai creator di TikTok memiliki tingkat narsistik yang tinggi dimana tidak begitu terbuka dengan kritik dan tetap teguh pada pendiriannya dan memiliki sifat mengunggulkan diri sendiri dan meremehkan creator lain dengan bidang serupa jadi Ibu Ibu di Balongdowo yang sebagai konten kreator adalah seorang yang narsis dan dimotivasi oleh lebih banyak followers, viewers dan penghargaan yang diberikan TikTok

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. 2020. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Komunikasi* 14(2): 135-48.
- Ahdiyanti, I. 2021. "Perilaku Keberagamaan Dan Istika Ahdiyanti Fenomena Media Sosial Tik-Tok Pada Ida Waluyati Generasi Z Istikasasio19@gmail.Com." *S o s i o r e l i g i u s* 4(1): 75-83.

- Anggraeni, Elly, and Khasan Setiaji. 2018. "Pengaruh Media Sosial Dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Economic Education Analysis Journal* 7(1): 172–80.
- Aprilian, Devri, Yessy Elita, and Vira Afriyati. 2020. "Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu." *Consilia : Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling* 2(3): 220–28.
- Archer, C. (2011). *International Organization* hlm.68-83. Routledge
- Batoebara, Maria Ulfa. 2020. "Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan." *Network Media* 3(2): 59–65
- Chandra Kusuma, Dian Novita Sari, and Roswita Oktavianti. 2020. "Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual Dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok)." *Koneksi* 4(2): 372.
- Erizal, Nurfan. 2020. "The Influence Of Tiktok Applications On The Consumption Behavior Of Adolescents In Online Shopping." *International Journal of Cultural and Social Science* 2(1): 39–43.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. 2021. "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme." *Share : Social Work Journal* 10(2): 199.
- Fitri, Annisa Nurintha, Lestari Bunga Pertiwi, and Marisa Puspita Sary. 2019. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019." *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 13(1): 37–46. <https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13045>.
- Illahi, Ulya, Neviyarni Neviyarni, Azrul Said, and Zadrian Ardi. 2018. "Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Perilaku Agresif Remaja Dan Implikasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 3(2): 68.
- Kristanto, S. 2012. Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna Facebook. *Journal of Social and Industrial Psychology*, Vol.1, No.1, 41-46.
- Kurniati, Kurniati. 2022. "A Journal Analisis Perilaku Narsistik Remaja Buddhis Pengguna Aplikasi Tiktok Di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo." *Jurnal Agama Buddha dan Ilmu Pengetahuan* 7(2): 140–45.
- Maslow, Abraham. 2013. *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan Manusia)*. PT. PBP, Jakarta
- c Clelland, David. C. 1988. *Human Motivation*. New York : Cambridge University Press.
- Muslimin, Khoirul, and Muhammad David Yusuf. 2020. "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal An-Nida* 12(2): 140–46.
- Najah, Dita Hidayatul, Ardian Adi Putra, and Nurul Aiyuda. 2021. "Kecenderungan Narsistik Dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa." *Psychopolytan : Jurnal Psikologi* 5(1): 1–7.
- Nurdiansyah, Fajar, and Titin Suhartini. 2021. "Nilai Edukasi Pada Aplikasi TikTok Dikalangan Remaja Di Kota Bandung." *Komunikasiana: Journal of Communication Studies* 3(2018): 138–46.
- Putri, Lidyamega Handari. 2021. "Perilaku Narsisme Dan Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Siswa SMA." *Empati-Jurnal Bimbingan dan Konseling* 8(1): 49–73.
- Rosdina, Ade, and Nurnazmi. 2021. "Dampak Aplikasi Tik Tok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima." *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 4(1): 100–109
- Romadhon, Indra Wahyudi, and Eny Rohyati. 2019. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Melanggar Peraturan Santri Pondok Pesantren X Di Kabupaten Sleman." *Jurnal Psikologi* 15(1): 1–7. <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/psikologi/article/view/597>.
- Saputro, Khamim Zarkasih. 2018. "Memahami Ciri Dan Tugas Perkembangan Masa Remaja." *Aplikasia: Jurnal Santrock, J. W. (2012). Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup Jilid I. (B. Widyasinta, Penerj.) Jakarta: Penerbit Erlangga.* *Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 17(1): 25.
- Setiani, Evi, Nur Afiah, Muji Rahayu, and Salam Haryanto. 2022. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Remaja Usia 12-18 Tahun Di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar." 1(1).
- Sitorus, Raja Maruli Tua. 2020. *Pengaruh Komunikasi antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Umar, Husein. 2012. "Penelitian Kuantitatif Langkah Demi Langkah." *Pelatihan*

*Judul Artikel (Arial 8pt)*

*Nama Penulis (Arial 8pt)*

Metodologi Penelitian Kopertis III 1(2):  
29–31.

# Dhelviesarah Rahayu 2

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.kajianpustaka.com">www.kajianpustaka.com</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://journal.unj.ac.id">journal.unj.ac.id</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	3%
4	<a href="http://repository.unpkediri.ac.id">repository.unpkediri.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://journal.kurasinstitute.com">journal.kurasinstitute.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repository.unived.ac.id">repository.unived.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://tekno.kompas.com">tekno.kompas.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id">ecampus.iainbatusangkar.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://ejournal.stitpn.ac.id">ejournal.stitpn.ac.id</a> Internet Source	1%

10 topcareer.id 1 %  
Internet Source

---

11 journal.stkipsingkawang.ac.id 1 %  
Internet Source

---

12 jurnal.untan.ac.id 1 %  
Internet Source

---

---

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On