PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISME PADA MAHASISWA DI KOTA PEKANBARU

Edri Fadilah[1], Lisfarika Napitupulu[2], Leni Armayati[3], Bahril Hidayat[4]
[1 2 3 4]Fakultas Psikologi, Universitas Islam Riau,Pekanbaru, Indonesia.
e-mail: lisfarika@psy.uir.ac.id

ABSTRACT

Student is a term for someone who is studying at a university, high school or academy. This research aims to find out whether there is an influence of the intensity of social media use on the tendency of narcissistic behavior among students in Pekanbaru City. The population in this study was university students in Pekanbaru City with a total of 114,768 students, and a total sample of 400 students selected using the cluster random sampling method. Data collection in this study used two scales, namely the Narcissism scale and the Social Media Intensity scale. The data analysis used in this research is a one - sample Kolmogrov Smirnov test with simple linear regression analysis and regression equation tables. From the analysis, it was obtained by 0.013 or the equivalent of 1.3%, which shows that the contribution of Intensity of Social Media Use to Narcissism is 1.3%. This means that there is a negative (weak) influence on narcissistic behavior.

Keywords: *Narcissism, Social Media, Students*

ABSTRAK

Mahasiswa adalah sebutan untuk seseorang yang sedang menempuh pendidikan di universitas, sekolah menengah atau akademi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh intensitas peggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di kota pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas di Kota Pekanbaru dengan jumlah 114.768 Mahasiswa, dan jumlah sampel sebanyak 400 mahasiswa yang dipilih menggunakan metode *cluster random sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua skala yakni skala Narsisme dan skala Intensitas pengguna Media Sosial. Analisi data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *one - Sample Kolmogrov Smirncv Test* dengan analisis regresi Linear Sederhana dan Tabel persamaan Regresi. Dari hasil analisis diperoleh sebesar 0,013 atau setara 1,3%, yang menunjukkan bahwa kontribusi Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Narsisme sebesar 1,3%. Dengan artian bahwa terdapat pengaruh negative (lemah) terhadap perilaku narsisme.

Kata Kunci: Narsisme, Media Sosial, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat, salah satunya melalui penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan interaksi. Pengguna aktif media sosial di Indonesia mengalami peningkatan dari 170 juta jiwa pada tahun 2021 menjadi 190 juta jiwa pada tahun 2022 (Hootsuite, 2022). Media sosial juga banyak digunakan oleh mahasiswa untuk membagikan aktivitas, menampilkan diri, serta memperoleh respons dari orang lain. Kemudahan tersebut dapat memberikan manfaat dalam memperluas relasi dan mempermudah komunikasi, tetapi penggunaan yang berlebihan juga berpotensi memengaruhi perilaku individu, termasuk kecenderungan perilaku narsisme.

Narsisme merupakan kecenderungan individu untuk memberikan perhatian berlebihan terhadap diri sendiri, menginginkan kekaguman dari orang lain, serta menunjukkan kebutuhan untuk memperoleh pengakuan. Raskin dan Terry menjelaskan bahwa perilaku narsisme ditandai oleh kecenderungan untuk menonjolkan diri, mencari perhatian, merasa berhak memperoleh perlakuan khusus, dan kurang menunjukkan empati (Wijaya & Indrayeni, 2021). Kecenderungan tersebut dapat terlihat dalam penggunaan media sosial, misalnya melalui kebiasaan mengunggah foto atau video untuk memperoleh perhatian, pujian, dan pengakuan dari pengguna lain. Media sosial memungkinkan individu membentuk citra diri berdasarkan konten yang dibagikan dan respons yang diterima dari lingkungannya.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna media sosial yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kecenderungan perilaku narsisme. (Frederick & Zhang, 2019) mengemukakan bahwa generasi mahasiswa saat ini menunjukkan tingkat narsisme yang lebih tinggi dibandingkan generasi mahasiswa sebelumnya. Selain itu, (Mehdizadeh, 2010) menjelaskan bahwa individu dengan harga diri rendah dapat menggunakan media sosial dalam waktu yang lama untuk memenuhi kebutuhan interaksi sosial. Dalam konteks ini, media sosial dapat menjadi sarana bagi individu untuk menampilkan kelebihan diri, memperoleh validasi sosial, dan mempertahankan citra diri di hadapan orang lain.

Intensitas penggunaan media sosial dapat dilihat melalui frekuensi, durasi, dan keterlibatan individu dalam mengakses serta menggunakan platform tersebut. Intensitas tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering seseorang membuka media sosial, tetapi juga dengan seberapa banyak waktu dan perhatian yang dicurahkan ketika menggunakannya. Mahasiswa yang menggunakan media sosial secara intensif memiliki lebih banyak kesempatan untuk membagikan informasi mengenai dirinya, melihat respons pengguna lain, serta berpartisipasi dalam interaksi daring.

Meskipun demikian, intensitas penggunaan yang tinggi tidak secara otomatis menunjukkan kecenderungan narsisme. Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti mencari informasi, mengikuti kegiatan akademik, menjaga hubungan sosial, dan memperoleh hiburan. Oleh sebab itu, hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan kecenderungan perilaku narsisme perlu dipahami berdasarkan hasil penelitian empiris.

(McCain & Campbell, 2018) melaporkan bahwa tingkat narsisme yang lebih tinggi berkaitan dengan frekuensi mengunggah konten, waktu yang dihabiskan di media sosial, dan jumlah teman yang dimiliki di platform tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas di media sosial dapat

berkaitan dengan kecenderungan individu dalam menampilkan dirinya kepada orang lain. Namun, aktivitas tersebut perlu dipahami secara hati-hati karena frekuensi mengunggah konten atau banyaknya teman di media sosial tidak selalu mencerminkan perilaku narsisme. Perilaku yang sama dapat muncul karena kebutuhan komunikasi, keinginan berbagi pengalaman, atau tuntutan sosial dalam lingkungan digital.

Sejalan dengan itu, (Sitorus et al., 2023) menjelaskan bahwa kemudahan mahasiswa dalam membagikan foto dan video dapat mendorong munculnya perilaku narsisme. (Rahmawati & Warastri, 2022) juga menemukan hubungan positif antara penggunaan aplikasi TikTok dan perilaku narsisme pada mahasiswa. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara penggunaan media sosial dan kecenderungan perilaku narsisme, meskipun hasil penelitian pada *platform* dan kelompok pengguna yang berbeda belum tentu dapat digeneralisasikan secara langsung. Perbedaan karakteristik *platform*, tujuan penggunaan, serta karakteristik individu dapat menghasilkan pola penggunaan media sosial yang beragam.

Di sisi lain, (Frederick & Zhang, 2019) mengangkat pertanyaan mengenai apakah hubungan antara narsisme dan penggunaan media sosial masih ditemukan dalam penelitian yang lebih baru. Hal ini menunjukkan pentingnya menguji kembali keterkaitan kedua variabel tersebut dan tidak hanya mengasumsikan bahwa penggunaan media sosial yang tinggi selalu berhubungan dengan kecenderungan narsisme. Dengan demikian, penelitian mengenai topik ini perlu mempertimbangkan hasil penelitian terdahulu secara menyeluruh, termasuk kemungkinan adanya perbedaan hasil. Pengujian secara empiris diperlukan untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan media sosial benar-benar dapat menjelaskan kecenderungan perilaku narsisme pada kelompok mahasiswa yang diteliti.

Penggunaan media sosial pada dasarnya tidak selalu berdampak negatif. Media sosial dapat membantu individu memperluas hubungan sosial, memperoleh informasi, dan berkomunikasi secara lebih mudah (Putri et al., 2016). Namun, ketika digunakan secara berlebihan untuk memperoleh perhatian dan pengakuan, media sosial berpotensi menjadi sarana untuk memperkuat kebutuhan individu dalam menampilkan dan menonjolkan dirinya. Oleh karena itu, penting untuk membedakan penggunaan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari dengan penggunaannya yang berkaitan dengan kebutuhan untuk memperoleh kekaguman atau pengakuan dari orang lain.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme penting dilakukan pada mahasiswa di Kota Pekanbaru. Penelitian ini berfokus pada pengujian empiris terhadap kedua variabel tersebut dalam konteks mahasiswa di wilayah tersebut. Hasil penelitian terdahulu memberikan landasan untuk mengkaji hubungan kedua variabel, tetapi belum cukup untuk memastikan bahwa pola yang sama berlaku pada seluruh kelompok mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai perilaku mahasiswa dalam menggunakan media sosial serta menjadi bahan pertimbangan dalam membangun kebiasaan bermedia sosial secara lebih bijak.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial, sedangkan variabel terikatnya adalah kecenderungan perilaku narsisme.

Subjek Penelitian

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Pekanbaru yang berjumlah 114.768 orang berdasarkan data Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 400 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *cluster random sampling*, yaitu pemilihan sampel secara bertahap melalui sejumlah universitas di Kota Pekanbaru, kemudian dilanjutkan dengan pemilihan subjek secara acak. Kriteria subjek penelitian adalah mahasiswa aktif di universitas yang berada di Kota Pekanbaru dan menggunakan media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*.

Instrumen Penelitian

Pengumpulan data dilakukan menggunakan dua skala psikologi dengan model penskalaan *likert* yang telah dimodifikasi. Intensitas penggunaan media sosial diukur menggunakan skala yang dikembangkan oleh (Aditiawan, 2020), berdasarkan empat aspek dari (Jenkins-Guarnieri et al., 2013), yaitu akun media sosial, durasi dan frekuensi, fungsi, serta dampak. Skala ini terdiri atas 30 butir pernyataan setelah pengujian instrumen.

Sementara itu, kecenderungan perilaku narsisme diukur menggunakan skala yang dikembangkan oleh (Risnanda, 2021), berdasarkan sembilan aspek yang dikemukakan oleh (Engkus et al., 2017), meliputi perasaan *grandiose* dan *self-important*, fantasi, perasaan sebagai individu yang khusus, kebutuhan untuk dikagumi, eksploitasi hubungan interpersonal, kurangnya empati, perasaan iri, perilaku arogan, serta keinginan untuk diperlakukan secara istimewa. Skala narsisme terdiri atas 36 butir sebelum pengujian instrumen. Kedua skala menggunakan empat pilihan respons, yaitu sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji coba instrumen dilakukan terhadap 80 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas kedua skala penelitian sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama. Pengujian validitas dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan setiap item dalam mengukur variabel yang diteliti, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsistensi internal instrumen.

Pada skala intensitas penggunaan media sosial, pengujian awal menghasilkan koefisien reliabilitas sebesar 0,873. Setelah dilakukan pengujian validitas, sebanyak 13 item dinyatakan tidak valid dan digugurkan. Pengujian reliabilitas kembali setelah pengguguran item menghasilkan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,879. Sementara itu, pada skala kecenderungan perilaku narsisme, pengujian awal menghasilkan koefisien reliabilitas sebesar 0,805. Sebanyak 15 item dinyatakan tidak valid dan digugurkan, kemudian pengujian reliabilitas kembali menghasilkan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,843. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua skala memiliki konsistensi internal yang baik untuk digunakan dalam penelitian.

Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian diawali dengan menentukan lokasi penelitian dan melakukan survei awal untuk mengidentifikasi fenomena intensitas penggunaan media sosial dan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru. Selanjutnya, peneliti melakukan uji coba instrumen untuk mengetahui validitas dan reliabilitas skala yang digunakan. Pengumpulan data penelitian dilaksanakan secara daring menggunakan *Google Forms* yang memuat identitas responden serta pernyataan dari kedua skala penelitian. Tautan kuesioner disebarkan kepada responden melalui *WhatsApp* dan *Instagram*. Penelitian melibatkan 400 mahasiswa yang memenuhi kriteria subjek penelitian. Setelah data terkumpul, jawaban responden diolah dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Pengujian meliputi uji normalitas dan uji linearitas sebagai uji asumsi sebelum pengujian hipotesis. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan 400 mahasiswa yang berasal dari lima perguruan tinggi di Kota Pekanbaru. Berdasarkan karakteristik demografis, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu 248 orang (62%), sedangkan laki-laki berjumlah 152 orang (38%). Sebagian besar responden berusia 22 tahun, sebanyak 279 orang (69,8%), dan berasal dari angkatan 2019 sebanyak 293 orang (73,3%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh mahasiswa berusia 22 tahun dan angkatan 2019.

Tabel 1
Data Demografis Responden

Data Demografis		F	Persen (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	248	62
	Laki-Laki	152	38
Umur	18	1	0,3
	19	1	0,3
	20	6	1,5
	21	84	21
	22	279	69,8
	23	29	7,2
Universitas	Universitas A	212	53
	Universitas B	72	18
	Universitas C	106	26,5
	Universitas D	4	1
	Universitas E	4	1
Angkatan	2018	19	4,8
	2019	293	73,3
	2020	87	21,8
	2021	1	0,3

Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan skor intensitas penggunaan media sosial dan kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial memiliki skor empirik rata-rata sebesar 50,43 dengan standar deviasi 2,64. Pada skor hipotetik memiliki rata-rata 51 dengan standar deviasi 11,3. Sementara itu, variabel kecenderungan perilaku narsisme memiliki skor empirik rata-rata sebesar 55,35 dengan standar deviasi 3,40. Pada skor hipotetik memiliki rata-rata 63 dengan standar deviasi 14. Nilai tersebut menggambarkan sebaran skor responden pada masing-masing variabel penelitian.

Tabel 2

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Mean	Min	Max	SD	Mean	Min	Max	SD
Intesitas Media Sosial	51	17	85	11,3	50,43	42	56	2,64
Narsisme	63	105	21	14	55,35	46	65	3,40

Berdasarkan hasil kategorisasi, intensitas penggunaan media sosial paling banyak berada pada kategori sedang, yaitu 123 responden (30,8%). Sementara itu, kecenderungan perilaku narsisme juga didominasi kategori sedang, yaitu 164 responden (41%). Temuan deskriptif ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat sedang untuk kedua variabel. Akan tetapi, distribusi kategori tersebut belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial dan kecenderungan perilaku narsisme.

Tabel 3

Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Kecenderungan Perilaku Narsisme

Variabel	Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Intesitas Media Sosial	Sangat Tinggi	X ≥ 54,39	21	5,3
	Tinggi	51,75 ≤ X ≤ 54,39	113	28,2
	Sedang	49,11 ≤ X < 51,75	123	30,8
	Rendah	46,47 ≤ X < 49,11	94	23,5
	Sangat Rendah	X < 46,47	30	7,5
	Jumlah		**400**	**100%**
Narsisme	Sangat Tinggi	X ≥ 60,45	21	5,3
	Tinggi	57,05 ≤ X ≤ 60,45	95	23,8
	Sedang	53,65 ≤ X < 57,05	164	41
	Rendah	50,25 ≤ X < 53,65	90	22,5
	Sangat Rendah	X < 50,25	30	7,5
	Jumlah		**400**	**100%**

Uji Asumsi

Sebelum menguji hipotesis, penelitian ini melakukan uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi berdasarkan pengujian yang dilaporkan dalam skripsi. Selanjutnya, uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar 0,244, lebih besar dari 0,05, sehingga hubungan antara

kedua variabel dapat diperlakukan sebagai linear.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

Variabel	P	Keterangan
Intensitas Media Sosial Narsisme	0,200 > 0,05	Normal

Tabel 5
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity (F)	Sig. Linearity	Sig. deviation from linearity	Keterangan
Intensitas Media Sosial Narsisme	4,926	0,027	0,244	Linear

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui kontribusi intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,115 dengan nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,013. Artinya, intensitas penggunaan media sosial memberikan kontribusi sebesar 1,3% terhadap variasi kecenderungan perilaku narsisme, sedangkan 98,7% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dijelaskan oleh model penelitian ini.

Tabel 5
Hasil Regresi Linear Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0,115	0,013	0,011	3,373

Tabel 6
Tabel Persamaan Regresii

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig
1	(Constant)	47,905	3,298		14,525	0,000
	Media Sosial	0,147	0,065	0,115	2,249	0,025

Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi sebesar 0,025 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh statistik yang signifikan dari intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme dalam model regresi yang digunakan. Meskipun demikian, nilai R Square sebesar 0,013 menunjukkan bahwa kontribusi model relatif kecil. Oleh karena itu, hasil tersebut perlu ditafsirkan secara proporsional dan tidak menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial merupakan satu-satunya faktor

yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsisme.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,147, koefisien beta sebesar 0,115, dan nilai signifikansi sebesar 0,025 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan secara statistik dalam model penelitian. Artinya, skor intensitas penggunaan media sosial yang lebih tinggi berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsisme yang lebih tinggi pada responden penelitian. Meskipun demikian, hubungan tersebut tergolong lemah, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,013 atau 1,3%. Dengan demikian, intensitas penggunaan media sosial hanya menjelaskan sebagian kecil variasi kecenderungan perilaku narsisme, sedangkan 98,7% sisanya berkaitan dengan faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model ini.

Temuan tersebut dapat dipahami melalui karakteristik media sosial sebagai sarana bagi individu untuk menampilkan diri dan memperoleh tanggapan dari lingkungan sosial. Melalui media sosial, mahasiswa dapat membagikan foto, video, aktivitas, maupun informasi mengenai dirinya kepada orang lain. Aktivitas tersebut memungkinkan individu memperoleh perhatian, komentar, dan bentuk pengakuan sosial. Namun, intensitas penggunaan media sosial tidak secara otomatis menunjukkan kecenderungan narsisme. Makna penggunaan media sosial perlu dipahami dengan mempertimbangkan tujuan individu, bentuk aktivitas yang dilakukan, dan respons sosial yang diharapkan.

Hasil penelitian ini dapat dikaitkan dengan temuan (Buffardi & Campbell, 2008), yang membahas hubungan narsisme dengan karakteristik profil pada situs jejaring sosial. Mereka menemukan bahwa kesan narsistik pada profil daring berkaitan dengan sejumlah karakteristik, seperti banyaknya informasi mengenai diri sendiri dan penggunaan gambar yang mempromosikan diri. Temuan tersebut memberikan konteks bahwa media sosial dapat menjadi sarana untuk membentuk dan menampilkan citra diri. Meskipun demikian, kesan narsistik yang ditampilkan melalui profil tidak selalu sama dengan tingkat kecenderungan narsisme individu secara keseluruhan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini lebih tepat dimaknai sebagai kontribusi intensitas penggunaan media sosial terhadap variasi kecenderungan perilaku narsisme, bukan sebagai bukti bahwa semua mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial memiliki perilaku narsistik.

(McCain & Campbell, 2018) juga membahas keterkaitan narsisme dengan media sosial melalui perspektif teoretis yang lebih luas. Dalam konteks penelitian ini, pembahasan tersebut relevan untuk menjelaskan bahwa media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk menampilkan identitas dan memperoleh respons dari pengguna lain. Akan tetapi, pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku individu tidak dapat disimpulkan hanya berdasarkan lamanya waktu penggunaan. Frekuensi penggunaan, jenis aktivitas, motivasi individu, dan bentuk interaksi yang berlangsung juga perlu dipertimbangkan dalam penelitian lanjutan.

Penelitian ini juga dapat dibandingkan dengan penelitian (Rahmawati & Warastri, 2022), yang dirujuk dalam skripsi sebagai penelitian mengenai penggunaan TikTok dan

perilaku narsisme pada mahasiswa. Penelitian tersebut melaporkan adanya hubungan positif antara penggunaan TikTok dan perilaku narsisme. Temuan tersebut sejalan dengan arah koefisien regresi positif dalam penelitian ini. Meskipun demikian, kedua penelitian memiliki konteks pengukuran yang perlu diperhatikan. Penggunaan *platform* tertentu, seperti TikTok, tidak sepenuhnya identik dengan intensitas penggunaan berbagai media sosial secara umum. Oleh karena itu, kesesuaian arah hasil dapat menjadi bahan perbandingan, tetapi tidak cukup untuk menyatakan bahwa kedua penelitian menunjukkan pola yang sama dalam seluruh aspek.

Hasil penelitian ini juga perlu dilihat bersama penelitian (Muslimin & Yusuf, 2020), yang dirujuk sebagai penelitian mengenai penggunaan *Instagram* dan perilaku narsisme pada mahasiswa. Penelitian tersebut dilaporkan menemukan pengaruh positif yang signifikan antara penggunaan *Instagram* dan perilaku narsisme pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di Unisnu Jepara. Kesamaan arah temuan tersebut memberikan konteks bahwa penggunaan media sosial dapat berkaitan dengan kecenderungan individu untuk menampilkan dirinya di ruang digital. Namun, perbedaan karakteristik sampel, *platform* yang digunakan, dan instrumen pengukuran membatasi kemungkinan untuk menyamakan hasil kedua penelitian secara langsung.

Dalam penelitian, (Haryono & Brahmana, 2015) yang digunakan untuk menjelaskan konsep *social influence*, yaitu pengaruh sosial yang dapat berkaitan dengan perubahan perilaku individu. Dalam konteks media sosial, respons dari pengguna lain berpotensi menjadi bagian dari lingkungan sosial yang memengaruhi cara seseorang menampilkan dirinya. Mahasiswa dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, memperluas relasi, dan berbagi pengalaman. Pada kondisi tertentu, kebutuhan untuk memperoleh perhatian atau pengakuan juga dapat menjadi salah satu alasan seseorang terus menampilkan dirinya di media sosial. Namun, penjelasan tersebut merupakan kemungkinan interpretatif dan tidak dapat dipastikan sebagai mekanisme penyebab dalam penelitian ini karena penelitian tidak secara khusus mengukur motivasi memperoleh pengakuan sosial.

Apabila ditinjau dari hasil kategorisasi, mayoritas responden berada pada kategori sedang, baik untuk intensitas penggunaan media sosial maupun kecenderungan perilaku narsisme. Pada variabel intensitas penggunaan media sosial, kategori sedang dilaporkan mencakup 123 responden (30,8%), sedangkan pada variabel kecenderungan perilaku narsisme kategori sedang mencakup 164 responden (41%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel pada sebagian besar responden tidak didominasi kategori tertinggi. Akan tetapi, kategorisasi deskriptif tidak dapat digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh antar variabel. Pengujian regresi tetap menjadi dasar untuk menilai pengaruh statistik dalam model penelitian ini.

Kontribusi sebesar 1,3% juga menjadi temuan penting dalam menafsirkan hasil penelitian. Meskipun pengaruh statistiknya signifikan, besarnya kontribusi menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial bukan satu-satunya aspek yang perlu diperhatikan dalam memahami kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa.

Faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini mungkin turut menjelaskan variasi perilaku tersebut, tetapi penelitian ini belum dapat menentukan faktor mana yang

paling berperan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang relevan, seperti motivasi penggunaan media sosial, kebutuhan memperoleh pengakuan sosial, harga diri, dan karakteristik kepribadian. Variabel-variabel tersebut perlu diuji secara empiris sebelum dapat disimpulkan sebagai faktor yang berkontribusi terhadap kecenderungan perilaku narsisme.

Selain itu, penelitian ini menggunakan data kuesioner yang dikumpulkan secara daring. Metode tersebut memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden, tetapi peneliti memiliki keterbatasan dalam mengawasi proses pengisian secara langsung. Sebagaimana diakui dalam skripsi, kondisi tersebut dapat menimbulkan kemungkinan kesalahan pengisian atau perbedaan pemahaman terhadap pernyataan instrumen. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu ditafsirkan dengan mempertimbangkan karakteristik pengumpulan data dan cakupan variabel yang diukur.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan secara statistik terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru, tetapi kontribusinya relatif kecil. Hasil ini sejalan dengan sejumlah penelitian terdahulu yang membahas keterkaitan penggunaan media sosial dengan penampilan diri dan perilaku narsisme (Buffardi & Campbell, 2008; McCain & Campbell, 2018; Muslimin & Yusuf, 2020; Rahmawati & Warastri, 2022). Meskipun demikian, hasil penelitian tidak membuktikan bahwa intensitas penggunaan media sosial menjadi penyebab tunggal perilaku narsisme. Temuan ini menegaskan perlunya memahami penggunaan media sosial secara lebih menyeluruh dengan mempertimbangkan tujuan penggunaan, bentuk aktivitas, serta faktor individual dan sosial lainnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kecenderungan perilaku narsisme pada mahasiswa di Kota Pekanbaru, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,147 dan signifikansi sebesar 0,025 ($p < 0,05$). Namun, kontribusi intensitas penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku narsisme tergolong lemah, yaitu sebesar 1,3% ($R^2 = 0,013$), sedangkan 98,7% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial merupakan salah satu variabel yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsisme, tetapi bukan satu-satunya faktor yang menjelaskannya. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat menggunakan media sosial secara bijak dan sesuai kebutuhan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi berkaitan dengan kecenderungan perilaku narsisme serta melibatkan karakteristik responden yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Aditiawan, A. R. (2020). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan akhlak peserta didik kelas XI SMA Negeri 6 Sidrap. Repository IAIN Parepare. https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1629/

Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking websites. Personality and Social Psychology Bulletin, 34(10), 1303–1314.

https://doi.org/10.1177/0146167208320061

Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku narsis pada media sosial di kalangan remaja dan upaya penanggulangannya. Jurnal Penelitian Komunikasi, 20(2), 121–134. https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220

Frederick, C. M., & Zhang, T. (2019). Narcissism and social media usage: Is there no longer a relationship? Journal of Articles in Support of the Null Hypothesis, 16(1),23–32. https://commons.erau.edu/publication/1322

Haryono, A., & Brahmana, R. K. M. R. (2015). Pengaruh shopping orientation, social influence, dan system terhadap customer attitude melalui perceived ease of use (Studi pada Apple Store). Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 3(1), 1–10. https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3406/0

Hootsuite. (2021). Digital in 2021: Essential insights into internet, social media, mobile, and e-commerce use in Indonesia. We Are Social. https://wearesocial.com/blog/2018/01/globaldigital-report-2018

Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. D. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. Psychology of Popular Media Culture, 2(1), 38–50. https://doi.org/10.1037/a0030277

McCain, J. L., & Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. Psychology of Popular Media Culture, 7(3), 308–327. https://doi.org/10.1037/ppm0000137

Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13(4), 357–364. https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257

Muslimin, K., & Yusuf, M. D. (2020). Pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa. An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam, 12(2), 139–146. https://doi.org/10.34001/an.v12i2.1610

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti S., M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, 3(1), 47–51. https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625

Rahmawati, L., & Warastri, A. (2022). Hubungan Intensi Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Mahasiswa Di Yogyakarta. Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Lampung, 2(1), 1–17. https://digilib.unisayogya.ac.id/6618/1/Naskah%20Publikasi%20-%20Lusy%20Rh.pdf

Risnanda, D. A. (2021). Gambaran kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna Instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Repositori Universitas Medan Area. https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16257/1/168600328%20-%20Dita%20Ajeng%20Risnanda%20-%20Fulltext.pdf

Sitorus, C. T., Puspitasari, A. R., Erniyanti, W. K., Zahira, Z. H., & Perdini, T. A. (2023). Kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna aktif TikTok. Parade Riset Mahasiswa, 1(1), 379–392. https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/PARS/article/view/2577.

Wijaya, R. S., & Indrayeni. (2021). Pengaruh narsisme dan empati dalam pengambilan keputusan etis pada mahasiswa akuntansi. Jurnal Ekonomi

dan Bisnis Dharma Andalas, 23(1), 150–161.
https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.211