

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pengguna aplikasi *TikTok* di Indonesia sangat signifikan pada tahun 2025, mencerminkan bahwa platform ini menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat. Berdasarkan laporan *Digital 2025 Global Overview Report* oleh We Are Social dan Meltwater, Indonesia tercatat memiliki 194,37 juta pengguna *TikTok* per Juli 2025, menjadi negara dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia (Dataloka.id, 2025).



Gambar 1.1 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (Juli 2025)
(Sumber: Dataloka.id)

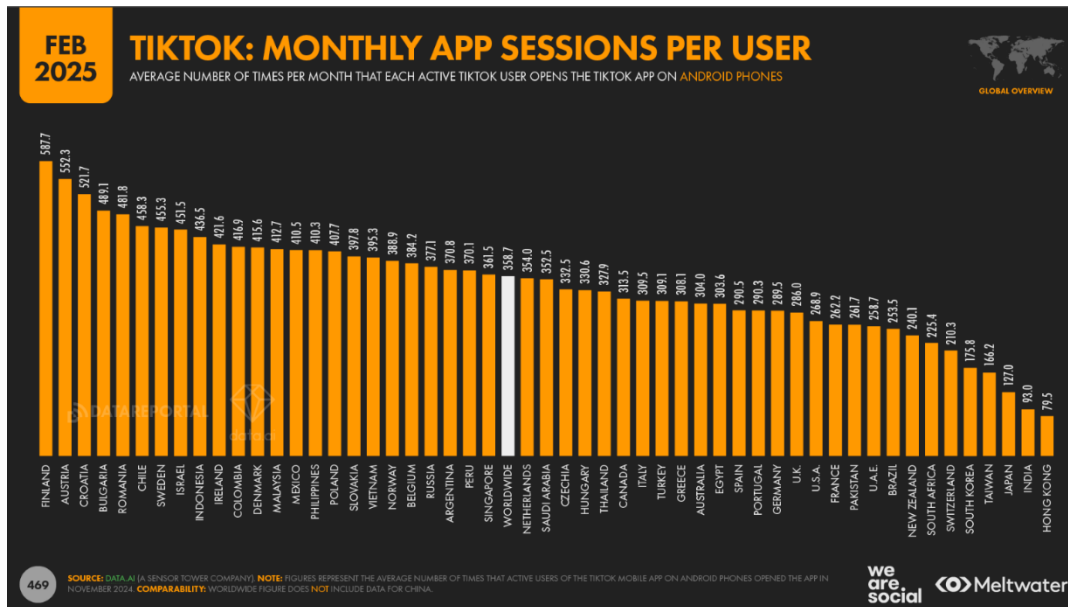
TikTok adalah platform media sosial terkemuka yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan berbagi video pendek, dengan menggabungkan filter dan musik, sehingga mendorong terbentuknya koneksi

dalam komunitas yang aktif. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur, seperti video musik, berbagai filter video, efek visual, filter peningkatan kecantikan, filter stiker, opsi interaksi langsung, filter pengubah suara, dan kemampuan subtitle otomatis (Kartini, 2023).

Aplikasi *TikTok* menggunakan algoritma yang menyesuaikan fitur-fiturnya untuk memenuhi kebutuhan dan minat khusus pengguna, memberikannya keunggulan kompetitif dibandingkan platform media sosial lainnya. Algoritma ini berfungsi sebagai Halaman Khusus untuk Anda (*For You Page*/FYP) yang ditampilkan secara mencolok di beranda aplikasi, yang terus beradaptasi dengan aktivitas pengguna. Sistem ini mengumpulkan data dari pengguna berdasarkan preferensi mereka, aktivitas pencarian, dan jenis konten tertentu yang sering mereka gunakan untuk berinteraksi selama periode tertentu. Algoritma ini secara efektif menyajikan informasi dari berbagai perspektif sesuai dengan preferensi pengguna. Pilihan musik yang beragam di *TikTok* memainkan peran penting, memfasilitasi pengguna untuk mengingat melodi dan memupuk hubungan yang mendalam dengan konten terkait (Rachmat, 2023).

Aplikasi berbagi video *TikTok* menjadi platform media sosial terpopuler di Indonesia, bukan hanya jumlah pengguna tetapi juga dalam hal waktu penggunaan (Fairuz & Pertiwi, 2025). Mengutip dari Data Reportal (2025), pengguna *TikTok* di Indonesia menghabiskan waktu rata-rata 44 jam 54 menit per bulan. Angka ini jauh melebihi rata-rata global yaitu 34 jam 56 menit per bulan. Menurut Good Stats yang mengutip dari Data.AI 2025, pola pengguna *TikTok* tidak hanya sering membuka aplikasi, tetapi akses per sesi berlangsung cukup lama. Setiap sesi, rata-rata *TikTok*

dibuka sekitar 5 menit 49 detik. Pengguna *TikTok* membuka aplikasi sekitar 360 kali per bulan atau sekitar 12 kali per hari.



Gambar 1.2 Rata-rata Berapa Kali Per Bulan Setiap Pengguna TikTok Aktif Membuka TikTok (Sumber: Datareportal.com)

Popularitas *TikTok* menjadikan aplikasi ini tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup remaja. *TikTok* adalah tempat remaja menghabiskan banyak waktu untuk menonton konten hiburan dan mengikuti tren terbaru. Sebagian remaja merasa perlu untuk terus terhubung dengan dunia informasi agar tidak ketinggalan zaman (Alfansyah & Hendratmoko, 2025). Individu muda berpartisipasi dalam kegiatan kompetitif untuk membuat konten menarik yang sesuai dengan minat mereka (Rahimaniar & Nuryono, 2021). Seringkali mereka mengorbankan aktivitas penting seperti belajar atau berinteraksi dengan orang lain secara langsung. Alfansyah & Hendratmoko juga menyebutkan kondisi ini menyebabkan munculnya gangguan keseimbangan dalam kehidupan dan mengurangi kesadaran akan penggunaan media sosial yang sehat dan bermanfaat.

Waktu dan intensitas cukup besar yang digunakan remaja untuk berinteraksi dengan *TikTok* pada data sebelumnya dikategorikan sebagai kecanduan atau perilaku adiktif, menggarisbawahi kesulitan mereka dalam mengatur atau mengurangi waktu yang dihabiskan untuk menggunakan aplikasi tersebut (Matta, 2025). Adiksi merupakan kondisi ketika seseorang membentuk perilaku ketergantungan terhadap sesuatu yang menjadi kebiasaan (Wulandari & Netrawati, 2020). Dalam penelitian Tutgun-Ünal (2020) terungkap bahwa penggunaan *TikTok* selama 4 – 6 jam atau lebih per hari menunjukkan adanya perilaku adiksi media sosial pada individu. Adiksi *TikTok* mengakibatkan berbagai dampak negatif, antara lain terganggunya kualitas tidur, menurunnya produktivitas dan kesehatan mental, serta berimbas pada hubungan sosial maupun akademik (Saputra & Hastuti, 2024). Pengguna mengalami penarikan diri dalam hubungan sosial dengan berkurangnya interaksi langsung dan terabaikannya waktu bersama keluarga atau teman, disertai kesulitan mengendalikan durasi penggunaan hingga menunda tanggung jawab (Risalah & Rina, 2025).

Adiksi media sosial sudah menjadi masalah serius di Indonesia. Menurut psikolog asal Amerika Serikat, Dr. Jean Twenge, remaja yang menghabiskan lebih banyak waktu di *TikTok* beresiko lebih tinggi mengalami depresi ketika sudah kecanduan (Amaranggana & Dzulfaroh, 2024). Dalam data Good Stats (2024), remaja Indonesia tercatat 70% merasa stress dan 60% mengalami kecemasan akibat sering menggunakan *TikTok*. Bahkan, di Bogor, Jawa Barat, ada kasus seorang gadis berusia 24 tahun yang mengalami depresi akibat kecanduan melakukan siaran langsung di *TikTok* (Aida & Pratiwi, 2023).

Kecanduan media sosial menjadi kekhawatiran yang semakin meningkat, terutama di kalangan individu yang lebih muda. Narsisme adalah faktor psikologis yang signifikan yang mempengaruhi perilaku. Berdasarkan penelitian Nguyen et al. (2025), individu dengan kecenderungan narsisme sering menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membandingkan diri dengan orang lain, mencari pengakuan, dan menunjukkan eksistensi diri. Menurut Wegmann & Brand (2019) perilaku ini sering kali menjadi sarana pelarian dari kenyataan dan cara untuk mengurangi emosi negatif. Orang dengan sifat narsisme berusaha mencari kepuasan dengan mendapatkan umpan balik positif yang dapat melindungi ego mereka dengan menunjukkan dominasi terhadap orang lain (Balcerowska & Sawicki, 2022). Ketika individu kesulitan mengendalikan emosi, mereka lebih rentan mengalami adiksi media sosial, sebagaimana ditegaskan oleh (Hussain et al., 2021).

Survei terbaru oleh Nguyen et al. (2025) yang dilakukan di Ho Chi Minh City Open University terhadap 426 generasi Z berusia 13 – 26 tahun menunjukkan bahwa narsisme berpengaruh cukup kuat terhadap adiksi media sosial. Temuan ini mengungkap bahwa individu dengan skor narsisme tinggi cenderung mencari validasi melalui jumlah “like” dan “comment” di platform seperti *TikTok*, yang dianggap sebagai simbol popularitas. Pola ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa media sosial digunakan untuk memenuhi kebutuhan psikologis, serta *Social Comparison Theory* yang menekankan dorongan membandingkan diri dengan orang lain. Selain itu, *Cognitive-Behavioral Model of Internet Addiction* (Davis, 2001) menjelaskan bahwa narsisme dapat menjadi predisposisi psikologis yang meningkatkan risiko adiksi. Dengan demikian,

kecenderungan narsistik bukan hanya memengaruhi cara individu berinteraksi di media sosial, tetapi juga memperkuat siklus perilaku kompulsif yang berpotensi mengganggu kesehatan mental dan kualitas hidup.

Narsisme dapat menjadi predisposisi psikologis yang meningkatkan risiko kecanduan media sosial. Hal ini karena sifat narsistik mendorong individu untuk mencari validasi eksternal, memperkuat citra diri, dan menghindari emosi negatif melalui interaksi daring. Menurut (Wegmann & Brand, 2019), individu dengan tingkat narsisme tinggi cenderung menggunakan media sosial untuk membandingkan diri dengan orang lain, menonjolkan pencapaian, dan memperoleh pengakuan melalui indikator popularitas seperti “like” dan “comment”. Mekanisme ini sejalan dengan *Cognitive-Behavioral Model of Internet Addiction* (Davis, 2001), yang menjelaskan bahwa faktor kepribadian dapat menjadi predisposisi terhadap perilaku adiktif ketika dikombinasikan dengan pemicu eksternal seperti fitur interaktif media sosial. Penelitian (Hussain et al., 2021) menegaskan bahwa kesulitan mengendalikan emosi pada individu narsistik memperkuat kecenderungan penggunaan kompulsif, karena media sosial berfungsi sebagai sarana regulasi emosi dan pelarian dari stres. Temuan empiris oleh Nguyen et al. (2025) pada 426 mahasiswa Generasi Z di Ho Chi Minh City Open University menunjukkan korelasi yang signifikan antara narsisme dan kecanduan media sosial, dengan koefisien korelasi sekitar $r = 0,45$. Studi ini mengungkap bahwa *TikTok* menjadi platform favorit bagi individu narsistik karena dianggap sebagai simbol popularitas, sehingga mereka lebih sering menghabiskan waktu untuk memantau interaksi dan respons publik. Dengan demikian, narsisme bukan hanya

memengaruhi pola penggunaan media sosial, tetapi juga berperan sebagai faktor predisposisi yang memperkuat siklus perilaku adiktif, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental dan kualitas hidup.

Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui *Social Comparison Theory* (Festinger, 1954) di mana individu narsistik terdorong untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain, memicu perilaku adiktif yang berulang. Dengan demikian, narsisme bukan hanya memengaruhi pola penggunaan media sosial, tetapi juga berperan sebagai faktor predisposisi yang memperkuat siklus perilaku adiktif. Implikasi praktisnya, platform media sosial perlu mengembangkan fitur yang mendorong interaksi sehat, bukan sekadar validasi berbasis angka. Sementara itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji interaksi antara narsisme, regulasi emosi, dan desain algoritma media sosial, agar dapat merumuskan strategi pencegahan yang lebih efektif.

Studi menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara sifat narsisme dan tingkat kecanduan media sosial. Individu dengan kecenderungan narsistik memiliki dorongan kuat untuk mencari validasi eksternal melalui interaksi digital, seperti jumlah “like”, komentar, dan pengikut. Wegmann & Brand (2019) menegaskan bahwa sifat narsistik mendorong penggunaan media sosial sebagai sarana untuk memperkuat citra diri dan menghindari emosi negatif. Mekanisme ini diperkuat oleh temuan Hussain et al. (2021) yang menyatakan bahwa kesulitan mengendalikan emosi membuat individu narsistik lebih rentan menggunakan media sosial secara kompulsif. Studi empiris oleh Nguyen et al. (2025) terhadap 426 mahasiswa Generasi Z di Ho Chi Minh City Open University mengonfirmasi bahwa

narsisme memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap adiksi media sosial, dengan koefisien korelasi sekitar $r = 0,45$. Platform seperti *TikTok* menjadi pilihan utama karena dianggap sebagai simbol popularitas, sehingga individu narsistik lebih sering memantau interaksi dan respons publik. Temuan ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* dan *Social Comparison*, yang menjelaskan bahwa kebutuhan akan pengakuan dan dorongan membandingkan diri dengan orang lain memperkuat perilaku adiktif. Dengan demikian, narsisme bukan hanya memengaruhi pola penggunaan media sosial, tetapi juga berperan sebagai faktor predisposisi yang meningkatkan risiko kecanduan.

Sejumlah penelitian empiris menunjukkan adanya korelasi yang konsisten antara narsisme dan tingkat kecanduan media sosial. Studi berskala besar di Norwegia terhadap 23.532 responden menemukan bahwa narsisme berkorelasi positif dengan adiksi media sosial, meskipun dengan efek kecil ($r = 0,06$), menandakan bahwa individu narsistik cenderung menggunakan media sosial secara kompulsif untuk memperkuat citra diri (Andreassen et al., 2017). Penelitian lain di Turki terhadap 239 orang dewasa mengonfirmasi bahwa narsisme dan durasi penggunaan media sosial secara signifikan memprediksi tingkat adiksi, di mana individu dengan skor narsisme tinggi lebih sering menghabiskan waktu di platform digital (Ciplak, 2020). Temuan yang lebih kuat datang dari survei terhadap 426 mahasiswa Generasi Z di Vietnam, yang menunjukkan korelasi moderat ($r \approx 0,45$) antara narsisme dan kecanduan media sosial, dengan *TikTok* menjadi platform utama untuk mencari validasi melalui “like” dan “comment” (Nguyen et al., 2025). Meta-analisis oleh Casale dan Banchi (2020) juga mendukung pola ini, dengan

rentang korelasi antara *grandiose narcissism* dan penggunaan bermasalah Facebook berkisar antara $r = 0,13$ hingga $r = 0,32$. Fakta-fakta ini menegaskan bahwa narsisme bukan hanya memengaruhi pola interaksi digital, tetapi juga berperan sebagai faktor predisposisi yang meningkatkan risiko perilaku adiktif di media sosial.

Kemajuan teknologi digital telah mengubah interaksi sosial antar individu secara signifikan. Media sosial telah menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan individu yang lebih muda. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan media sosial, yang ditandai dengan kesulitan individu dalam mengatur waktu dan intensitas penggunaannya, yang pada gilirannya berdampak pada interaksi sosial, prestasi akademik, dan kesehatan mental (Andreassen et al., 2017). Konsep kontrol diri adalah faktor psikologis yang telah mendapat perhatian besar dalam studi perilaku adiktif. Kontrol diri mengacu pada kemampuan individu untuk mengatur pikiran, emosi, dan perilaku mereka, memfasilitasi pengejaran dan pencapaian tujuan jangka panjang (Tangney et al., 2004). Rendahnya kontrol diri sering dikaitkan dengan perilaku impulsif, termasuk penggunaan media sosial secara kompulsif.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan adiksi media sosial. Meta-analisis terhadap 83 studi dengan total 80.681 partisipan menemukan bahwa kontrol diri berkorelasi negatif dengan adiksi internet ($r = -0.362$), sedangkan impulsivitas berkorelasi positif ($r = 0.371$) (Li et al., 2021). Studi lain pada remaja pengguna Facebook menunjukkan korelasi $r = -0.42$ antara kontrol diri dan tingkat kecanduan, dengan kontribusi

variansi sebesar 17,58% (Ciplak, 2020). Temuan menunjukkan bahwa individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung terlibat dalam penggunaan media sosial yang berlebihan. Studi longitudinal pada siswa di Cina menunjukkan bahwa kontrol diri berhubungan dengan kecanduan ponsel pintar dan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti kecemasan sosial dan penundaan (Zhao et al., 2024). Fakta ini mendukung model *I-PACE* (*Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution*), yang menjelaskan bahwa perilaku adiktif dipengaruhi oleh interaksi antara predisposisi individu, emosi, dan mekanisme pengendalian diri (Brand et al., 2016).

Fenomena ini menjadi relevan karena adiksi media sosial berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk penurunan produktivitas, gangguan tidur, dan masalah kesehatan mental (Andreassen et al., 2017). Dengan meningkatnya penetrasi media sosial di Indonesia, khususnya di kalangan remaja penelitian tentang keterkaitan kontrol diri dengan adiksi media sosial menjadi penting untuk merumuskan strategi pencegahan. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan ini dapat membantu pengembangan intervensi berbasis psikologis, seperti pelatihan regulasi diri, guna mengurangi risiko perilaku adiktif. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak dari kontrol diri terhadap tingkat kecanduan media sosial pada remaja dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan ini.

1.2 Rumusan Masalah

Penggunaan *TikTok* yang berlebihan di kalangan remaja berpotensi menimbulkan perilaku adiktif atau kecanduan, terutama jika digunakan lebih dari 4 – 6 jam per hari (Tutgun-Ünal, 2020). Kondisi ini berdampak negatif terhadap

kualitas tidur, produktivitas, kesehatan mental, serta hubungan sosial dan akademik (Saputra & Hastuti, 2024). Fenomena ini menjadi semakin serius mengingat data Good Stats (2024) menunjukkan bahwa 70% remaja Indonesia merasa stress dan 60% mengalami kecemasan akibat penggunaan *TikTok* yang berlebih, bahkan beberapa kasus ekstrem mengarah pada depresi (Aida & Pratiwi, 2023).

Sifat narsisme menjadi salah satu faktor psikologis yang berperan dalam memperkuat adiksi media sosial. Individu dengan kecenderungan narsistik menggunakan media sosial untuk membandingkan diri, mencari validasi, dan memperkuat citra diri melalui jumlah “*like*” dan “*comment*” (Wegmann & Brand, 2019). Penelitian menunjukkan bahwa narsisme memiliki hubungan yang cukup kuat dengan tingkat adiksi media sosial, dengan korelasi sekitar $r = 0,45$ (Nguyen et al., 2025). Sejalan dengan teori *Social Comparison Theory* (Festinger, 1954) dan *Cognitive-Behavioral Model of Internet Addiction* (Davis, 2001), perilaku mencari pengakuan dan pembandingan diri memperkuat kecenderungan adiktif.

Kontrol diri merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku individu dalam penggunaan media sosial. Individu dengan tingkat kontrol diri rendah cenderung menunjukkan perilaku impulsif dan sulit membatasi waktu penggunaan media sosial (Tangney et al., 2004). Beberapa studi menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan adiksi media sosial, dengan korelasi rata-rata $r = -0.36$ (Li et al., 2021) dan $r = -0.42$ pada remaja pengguna *Facebook* (Ciplak, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan model *I-PACE* yang menjelaskan bahwa perilaku adiktif muncul dari interaksi antara faktor kepribadian, emosi, dan kemampuan pengendalian diri (Brand et al., 2016).

Dari data yang disampaikan, maka permasalahan yang dirumuskan yaitu “Apakah terdapat pengaruh antara tingkat narsisme dan tingkat kontrol diri terhadap tingkat adiksi media sosial *TikTok* pada remaja?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu guna mengetahui pengaruh tingkat narsisme dan tingkat kontrol diri terhadap tingkat adiksi media sosial *TikTok* pada remaja.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Temuan penelitian memberikan bukti empiris Teori *I-PACE* dalam mengkaji pengaruh tingkat narsisme dan tingkat kontrol diri terhadap tingkat adiksi media sosial *TikTok* pada remaja.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Riset ini dapat menjadi referensi bagi pengguna media sosial dalam memahami bagaimana pengaruh antara tingkat narsisme dan tingkat kontrol diri terhadap tingkat adiksi media sosial *TikTok* pada remaja.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak penggunaan aplikasi *TikTok* jika tidak dikelola dengan baik.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme untuk memperjelas hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang terlibat. Positivisme

mewujudkan pendekatan sistematis yang menggabungkan penalaran deduktif dengan pengamatan empiris terhadap perilaku individu. Metode ini berusaha untuk mengidentifikasi dan mengkonfirmasi prinsip-prinsip probabilistik kausalitas, yang kemudian dapat digunakan untuk memprediksi pola perilaku manusia (Neuman, 2014). Penelitian ini menyelidiki korelasi antara narsisme dan kontrol diri, serta pengaruhnya terhadap adiksi *TikTok* pada remaja.

1.5.2 State of The Art

Penelitian mengenai adiksi media sosial *TikTok* pada remaja telah menjadi perhatian akademik karena dampaknya terhadap kesehatan mental dan perilaku. Studi oleh Asad et al. (2022) menyoroti hubungan antara narsisme dan adiksi *TikTok*, menemukan bahwa *grandiose* dan *vulnerable narcissism* berpengaruh langsung terhadap tingkat adiksi, dengan motivasi untuk mendapatkan perhatian sebagai mediator. Penelitian Darwaish & Nazneen (2022) di Pakistan juga mengonfirmasi bahwa penggunaan *TikTok* secara intensif meningkatkan kecenderungan perilaku narsistik pada remaja, yang berimplikasi pada perilaku adiktif. Sementara itu, Nguyen et al. (2025) mengkaji pengaruh narsisme terhadap adiksi media sosial secara umum pada Generasi Z, menunjukkan korelasi positif yang signifikan antara narsisme dan perilaku adiktif, serta menyoroti peran faktor kepribadian dalam memperkuat risiko adiksi. Di sisi lain, Liu et al. (2025) menekankan pentingnya kontrol diri dalam mengurangi dampak negatif penggunaan *TikTok*, melalui studi longitudinal yang menemukan bahwa rendahnya kontrol diri memediasi hubungan antara intensitas penggunaan *TikTok* dan penurunan keterlibatan

akademik. Terakhir, Conte et al. (2024) melalui tinjauan sistematis mengidentifikasi *TikTok* sebagai platform yang berpotensi memicu perilaku adiktif dan gangguan psikologis, terutama pada remaja dengan karakteristik kepribadian tertentu seperti narsisme dan impulsivitas. Kelima studi ini menunjukkan bahwa narsisme dan kontrol diri merupakan variabel penting dalam menjelaskan fenomena adiksi *TikTok*, namun belum banyak penelitian yang menggabungkan kedua variabel tersebut dalam satu model komprehensif, sehingga menjadi celah penelitian yang relevan untuk diisi.

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian

No	Judul Penelitian	Masalah & Tujuan	Teori	Metode	Hasil Utama
1	Personality Traits, Narcissism and TikTok Addiction: A Parallel Mediation Approach (Asad et al., 2022)	Mengkaji pengaruh narsisme dan kepribadian terhadap adiksi TikTok	Teori Kepribadian, Uses & Gratifications	Kuantitatif, survei 350 mahasiswa	Grandiose & vulnerable narcissism berpengaruh langsung terhadap adiksi TikTok
2	Impact of TikTok Use on Narcissistic Personality Traits Among Youth (Darwaish & Nazneen, 2022)	Meneliti hubungan intensitas TikTok dengan perilaku narsistik	Narcissistic Personality Theory	Survei 200 remaja (15–30 tahun)	Penggunaan TikTok meningkatkan perilaku narsistik yang memicu adiksi
3	Narcissism, Social Media Addiction, Self-Esteem, and Personality Traits (Nguyen et al., 2025)	Menganalisis pengaruh narsisme terhadap adiksi media sosial dan dampaknya pada kepuasan hidup	Social Comparison Theory	Survei 426 Gen Z	Narsisme berkorelasi positif dengan adiksi media sosial
4	Problematic TikTok Use Severity, Self-Control, and School Engagement (Liu et al., 2025)	Menguji peran kontrol diri dalam hubungan penggunaan TikTok dan keterlibatan akademik	I-PACE Model	Longitudinal, 590 mahasiswa	Rendahnya kontrol diri memediasi dampak negatif penggunaan TikTok

5	Scrolling Through Adolescence: Impact of TikTok on Mental Health (Conte et al., 2024)	Meninjau dampak TikTok terhadap kesehatan mental remaja	Developmental Psychology	Review sistematis (20 studi, 17.336 subjek)	TikTok berpotensi memicu adiksi dan gangguan psikologis
---	---	---	--------------------------	---	---

1.5.3 Narsisme

Menurut Hendin & Cheek (1997), narsisme dapat dipahami sebagai kecenderungan kepribadian yang berfokus pada pengendalian citra diri dan hubungan sosial guna membangun kesan positif melalui strategi peningkatan diri. Campbell dan Foster (2007) menjelaskan bahwa sifat ini sering kali berakar pada kebutuhan untuk mempertahankan harga diri yang rapuh dengan cara menonjolkan keunggulan serta mencari pengakuan dari orang lain. Selain itu, Paulhus & Williams (2002) mendefinisikan narsisme sebagai kecenderungan untuk memandang diri sendiri secara berlebihan, merasa lebih unggul, dan memiliki kebutuhan konstan akan kekaguman. Dalam konteks modern, penelitian menunjukkan bahwa individu narsistik sering memanfaatkan interaksi online untuk meneguhkan pandangan bahwa mereka menarik dan diinginkan (Vazire et al., 2008). Terdapat dua tipe utama narsisme yang banyak dikaji dalam psikologi kepribadian, yakni narsisme *grandiose* dan narsisme *vulnerable* (Pincus & Lukowitsky, 2010). Narsisme *grandiose* ditandai oleh perasaan percaya diri berlebihan, dominasi, serta kurangnya empati terhadap orang lain, sementara narsisme *vulnerable* berakar pada harga diri yang rapuh, sensitivitas terhadap kritik, dan kebutuhan tinggi akan pengakuan (Dickinson & Pincus, 2005). Kedua tipe ini sama-sama

memiliki ciri umum seperti rasa berhak, fantasi kebesaran, dan dorongan kuat untuk dikagumi (Pincus et al., 2009). Studi oleh Casale & Banchi (2020) menunjukkan bahwa individu narsistik sering mengejar status sosial dan pengakuan melalui strategi peningkatan diri, seperti menonjolkan prestasi, memamerkan penampilan, dan membangun jejaring dengan individu berstatus tinggi.

Selain ditinjau dari aspek teoritis, narsisme juga dapat diukur secara empiris. Berdasarkan temuan dari Wegmann & Brand (2019) dan Nguyen et al. (2025), perilaku pengguna media sosial dapat dijadikan instrumen untuk melihat kecenderungan narsistik seseorang. Perilaku sering memposting konten untuk menarik perhatian dan merasa bangga ketika mendapatkan banyak “like” atau komentar menunjukkan adanya kebutuhan untuk diakui, sebagaimana dijelaskan oleh Wegmann & Brand (2019) bahwa pengguna dengan kecenderungan narsisme cenderung mencari penguatan dari respons orang lain. Selain itu, perilaku membandingkan diri dengan orang lain di *TikTok* serta menggunakan platform tersebut untuk membentuk citra diri yang lebih menarik sejalan dengan temuan Nguyen et al. (2025), yang menunjukkan bahwa individu narsistik sering memanfaatkan media sosial untuk menampilkan versi diri yang ideal dan memperoleh pengakuan sosial. Tindakan menghapus postingan ketika tidak ada respons juga mencerminkan sensitivitas terhadap penilaian orang lain. Oleh karena itu, kelima perilaku tersebut dapat digunakan sebagai indikator yang tepat untuk mengukur narsisme pada pengguna *TikTok*.

1.5.4 Kontrol Diri

Pengendalian diri adalah sifat yang memungkinkan individu untuk mengatur emosi, pikiran, dan perilaku mereka secara efisien. Pengaturan ini sangat penting untuk mencapai tujuan jangka panjang dan menghindari tindakan yang bertentangan dengan nilai-nilai atau norma-norma masyarakat (Tangney et al., 2004). Menurut Singgih (2002), kontrol diri juga diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengendalikan tindakannya ketika menghadapi tekanan berat atau gangguan lingkungan. Sejalan dengan itu, Hoyle (2010) menjelaskan bahwa kontrol diri merupakan bagian penting dari regulasi diri yang berperan dalam mengatur emosi, dorongan, serta pengambilan keputusan yang adaptif.

Menurut Averill (1973), kontrol diri terdiri dari tiga komponen utama: kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Pengendalian perilaku merujuk pada kesiapan seseorang dalam memodifikasi kondisi yang tidak menyenangkan melalui pengaturan tindakan atau situasi. Pengendalian kognisi berkaitan dengan kemampuan menilai dan menginterpretasi informasi secara adaptif guna mengurangi tekanan psikologis. Sementara itu, pengendalian keputusan menggambarkan kemampuan individu untuk memilih tindakan berdasarkan keyakinan pribadi dan mempertimbangkan konsekuensinya. Ketiga aspek ini membentuk fondasi dalam memahami bagaimana individu mampu menahan dorongan impulsif dan mengarahkan perilaku secara sadar (Hagger & Hamilton, 2024).

Kontrol diri dapat diukur melalui beberapa instrumen psikologis. Berdasarkan temuan Tangney et al. (2004), kontrol diri terlihat dari bagaimana seseorang mampu menahan dorongan dan mengatur tindakannya dalam berbagai situasi. Dengan kerangka tersebut, empat perilaku seperti mampu membatasi waktu penggunaan *TikTok*, tidak mudah tergoda untuk terus melakukan scrolling, memprioritaskan tugas dibandingkan bermain *TikTok*, serta menghentikan penggunaan ketika menyadari sudah berlebihan dapat digunakan sebagai indikator yang menggambarkan kemampuan individu dalam mengelola perilaku dan pilihan sehari-hari. Temuan Li et al. (2021) memperkuat hal tersebut, menunjukkan bahwa individu dengan kontrol diri tinggi cenderung mampu menahan impuls, mengatur perilaku online, serta mengurangi kecenderungan penggunaan internet secara berlebihan. Dengan demikian, keempat pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengukur kontrol diri dalam konteks penggunaan *TikTok*.

1.5.5 Adiksi Media Sosial TikTok pada Remaja

Adiksi ditandai dengan pola perilaku yang berbahaya dan merusak diri sendiri yang sulit diatasi oleh individu (Yee, 2006). Menurut Kuss & Griffiths (2017), adiksi media sosial merupakan salah satu bentuk dari kecanduan internet, di mana seseorang terdorong untuk terus-menerus menggunakan media sosial karena motivasi internal yang tidak terkendali. Individu dengan kondisi tersebut biasanya menunjukkan gejala seperti kegelisahan, penurunan konsentrasi, dan ketidaknyamanan saat tidak dapat mengakses media sosial (Hou et al., 2019). Adiksi media sosial dapat dianggap sebagai gangguan

psikologis, karena sering kali menyebabkan individu mendedikasikan waktu yang berlebihan untuk platform online (Andreassen, 2015).

Di era digital saat ini, remaja semakin terdorong untuk aktif menggunakan media sosial agar tetap mengikuti perkembangan tren dan menjaga hubungan sosial dengan teman sebaya. Awalnya, penelitian banyak menyoroti platform seperti *Facebook*, namun kini *TikTok* telah menjadi pilihan utama di kalangan remaja karena sifatnya yang interaktif dan berbasis video pendek (Kuss & Griffiths, 2017). Pertumbuhan pesat *TikTok* membuatnya semakin populer, para ahli menyoroti bahwa fenomena kecanduan aplikasi ini semakin nyata, di mana pengguna menunjukkan ketergantungan, kesulitan mengontrol penggunaan, serta kecenderungan untuk selalu membuka aplikasi secara terus-menerus (Fahruni et al., 2022; Yao & Omar, 2022).

Untuk menilai tingkat kecanduan media sosial, sejumlah perilaku dapat dijadikan indikator berdasarkan temuan penelitian sebelumnya. Hussain et al. (2021) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang sudah memasuki kategori problematik biasanya ditandai oleh perilaku berlebihan, munculnya rasa tidak nyaman ketika tidak dapat mengakses aplikasi, serta terganggunya aktivitas penting dalam kehidupan sehari-hari. Sejalan dengan itu, Andreassen (2015) menegaskan bahwa adiksi media sosial tampak dari gejala seperti penggunaan yang semakin meningkat dari waktu ke waktu, kesulitan menghentikan penggunaan, penggunaan untuk meredakan emosi negatif, serta konflik antara penggunaan media sosial dengan kewajiban pribadi atau pekerjaan. Dengan mengacu pada kedua temuan tersebut, empat perilaku

seperti menghabiskan waktu berjam-jam di *TikTok* setiap hari, merasa gelisah jika tidak membuka *TikTok*, mengabaikan tugas atau kewajiban karena *TikTok*, dan menggunakan *TikTok* untuk mengurangi stres atau emosi negatif dapat dianggap sebagai instrumen yang relevan untuk mengukur adiksi media sosial pada pengguna *TikTok*.

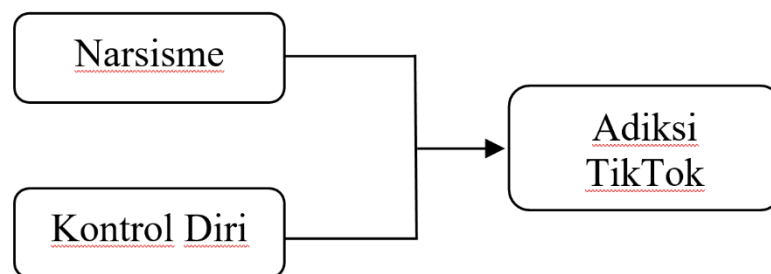
1.5.6 Pengaruh Tingkat Narsisme dan Tingkat Kontrol Diri terhadap Tingkat Adiksi Media Sosial TikTok pada Remaja

Teori *I-PACE* (*Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution*) dikembangkan oleh Brand et al. (2016) untuk menjelaskan mekanisme perilaku adiktif berbasis internet, termasuk adiksi media sosial. Model ini menekankan bahwa perilaku adiktif tidak terjadi secara instan, melainkan melalui interaksi kompleks antara faktor *personality* (kepribadian), *affect* (emosi), *cognition* (proses kognitif), dan *execution* (kontrol perilaku). Dalam konteks penelitian ini, narsisme termasuk dalam dimensi kepribadian yang memengaruhi motivasi penggunaan media sosial, seperti kebutuhan validasi dan pencarian perhatian. Individu dengan sifat narsistik cenderung memiliki dorongan kuat untuk menampilkan diri dan mendapatkan pengakuan melalui interaksi digital, sehingga meningkatkan risiko perilaku adiktif.

Di sisi lain, kontrol diri merupakan bagian dari komponen eksekusi dalam model *I-PACE*, yang berfungsi sebagai mekanisme pengendalian perilaku. Rendahnya kontrol diri membuat individu sulit mengatur durasi dan intensitas penggunaan *TikTok*, sehingga memperkuat kecenderungan adiksi. Model ini juga menjelaskan bahwa faktor emosional, seperti stres atau

kecemasan, dapat memperlemah kontrol diri dan memperkuat dorongan narsistik, menciptakan siklus perilaku kompulsif. Dengan demikian, *I-PACE* memberikan kerangka teoritis yang tepat untuk memverifikasi hubungan antara tingkat narsisme dan tingkat kontrol diri terhadap tingkat adiksi media sosial *TikTok* pada remaja, karena kedua variabel tersebut merupakan komponen inti dalam interaksi yang dijelaskan oleh model ini.

1.6 Hipotesis



Gambar 1.3 Diagram Hipotesis

H: Terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat narsisme dan tingkat kontrol diri terhadap tingkat adiksi media sosial *TikTok* pada remaja.

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Tingkat Narsisme

Tingkat narsisme adalah kecenderungan obsesif seseorang untuk berusaha mengatur identitas serta hubungan interpersonalnya demi membangun citra diri yang positif, di mana dilakukan melalui pencarian pengakuan atau validasi dari orang lain melalui media sosial *TikTok*.

1.7.2 Tingkat Kontrol Diri

Tingkat kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengatur emosi, pikiran, dan perilaku agar dapat menahan dorongan impulsif, membuat

keputusan adaptif, serta bertindak sesuai dengan norma sosial dan tujuan jangka panjang, termasuk dalam konteks penggunaan media sosial *TikTok*.

1.7.3 Tingkat Adiksi Media Sosial Tiktok pada Remaja

Adiksi *TikTok* pada remaja adalah kondisi psikologis di mana pengguna muda terlibat dengan aplikasi ini secara berlebihan, menunjukkan pola penggunaan yang sulit dikendalikan.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Tingkat Narsisme

1. Sering memposting konten untuk mendapatkan perhatian

Frekuensi individu mengunggah konten dengan tujuan memperoleh perhatian atau respon dari pengguna lain.

2. Merasa puas saat mendapat banyak “like” atau “comment”

Tingkat kepuasan emosional yang muncul ketika unggahan *TikTok* mendapatkan banyak like atau komentar.

3. Membandingkan diri dengan orang lain di *TikTok*

Seberapa sering individu menilai dirinya berdasarkan konten, kualitas unggahan, atau pencapaian pengguna lain.

4. Menggunakan *TikTok* untuk meningkatkan citra diri

Upaya individu membangun kesan, reputasi, atau citra positif melalui konten yang diunggah.

5. Menghapus postingan jika tidak mendapatkan respon

Kecenderungan menghapus konten yang tidak memperoleh like sesuai harapan.

1.8.2 Tingkat Kontrol Diri

1. Mampu membatasi waktu penggunaan *TikTok*

Kemampuan individu menentukan dan mematuhi batas waktu penggunaan *TikTok*.

2. Tidak mudah tergoda untuk terus scrolling

Kemampuan individu menghentikan dorongan untuk terus menggulir (scroll) video.

3. Memprioritaskan tugas dibandingkan bermain *TikTok*

Kemampuan individu mendahulukan tugas atau kewajiban dibandingkan penggunaan *TikTok*.

4. Menghentikan penggunaan saat menyadari sudah berlebihan

Kemampuan individu berhenti menggunakan *TikTok* ketika menyadari durasi penggunaan sudah berlebihan.

1.8.3 Tingkat Adiksi Media Sosial Tiktok pada Remaja

1. Menghabiskan waktu berjam-jam di *TikTok* setiap hari

Durasi penggunaan *TikTok* yang panjang dan sulit dikendalikan setiap harinya.

2. Merasa gelisah jika tidak membuka *TikTok*

Munculnya ketidaknyamanan emosional ketika tidak dapat mengakses *TikTok*.

3. Mengabaikan tugas atau kewajiban karena *TikTok*

Penundaan atau pengabaian tugas penting akibat penggunaan *TikTok*.

4. Menggunakan *TikTok* untuk mengurangi stres atau emosi negative

Penggunaan *TikTok* sebagai mekanisme pelarian atau coping terhadap stres dan emosi negative.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan fokus eksplanatori, yang menekankan pada pengukuran variabel, pengujian hipotesis, dan analisis hubungan di antara variabel-variabel tersebut. Pendekatan kuantitatif mengutamakan data numerik, klasifikasi, objektivitas, penalaran deduktif, keterwakilan, dan generalisasi hasil (Scharrer & Ramasubramanian, 2021). Dalam konteks ini, penelitian ditujukan untuk melihat keterkaitan antara dua variabel independen, yaitu tingkat narsisme dan tingkat kontrol diri, dengan variabel dependen yakni tingkat adiksi media sosial *TikTok* pada remaja.

1.9.2 Populasi

Penelitian ini meneliti partisipan remaja, baik perempuan maupun laki-laki, berusia 13 hingga 18 tahun di Indonesia yang telah menggunakan *TikTok* secara aktif selama minimal enam bulan.

1.9.3 Sampel

Metode *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu salah satu teknik *non-probability sampling*. Dalam *purposive sampling*, penentuan sampel dilakukan secara logis oleh peneliti berdasarkan karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian (Scharrer & Ramasubramanian, 2021).

Pemilihan teknik pengambilan sampel non-probabilitas diperlukan karena tidak adanya daftar lengkap individu berusia 13-18 tahun di Indonesia yang telah secara aktif menggunakan *TikTok* selama minimal enam bulan. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria khusus sehingga metode yang tepat adalah *purposive sampling*.

Kriteria meliputi:

1. Usia Responden

Remaja berusia 13–18 tahun, sesuai dengan definisi remaja menurut WHO dan relevan dengan kelompok pengguna *TikTok* yang dominan.

2. Pengguna Aktif *TikTok*

Responden harus menggunakan *TikTok* minimal 1 jam per hari atau memiliki akun aktif selama ≥ 6 bulan terakhir, agar dapat mengukur tingkat adiksi secara valid.

3. Status Pendidikan

Responden merupakan pelajar SMP atau SMA, karena kelompok ini rentan terhadap pengaruh media sosial dan memiliki pola penggunaan yang tinggi.

4. Kriteria Psikologis

Bersedia mengisi instrumen penelitian terkait narsisme, kontrol diri, dan adiksi media sosial dengan jujur, serta tidak memiliki gangguan psikologis berat yang dapat memengaruhi hasil.

5. Domisili

Responden berdomisili di Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dan DKI Jakarta. Wilayah-wilayah tersebut mewakili keberagaman sosial, budaya, dan akses teknologi yang relevan untuk menganalisis pengaruh narsisme dan kontrol diri terhadap tingkat adiksi sosial.

Mengingat ukuran populasi penelitian yang tidak diketahui, diperlukan perhitungan untuk menentukan ukuran sampel yang sesuai. Menurut Roscoe dalam Sekaran & Bougie (2016), ukuran sampel yang memadai berkisar antara 30 hingga 500 responden. Dalam penelitian ini, dipilih sebanyak 100 responden sebagai sampel penelitian.

1.9.4 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner atau angket.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan terkait masalah penelitian, kemudian disebarakan secara daring menggunakan *Google Form*. Responden diminta untuk mengisi sendiri kuesioner tersebut.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

1.9.6.1 Editing

Menurut Kothari (2004), editing merupakan tahap pemeriksaan terhadap data yang telah dikumpulkan, tujuannya untuk

mendeteksi adanya kesalahan, kekosongan, atau ketidakkonsistenan dalam pengisian instrument penelitian. Melalui proses ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang akan diolah sudah akurat, lengkap, dan logis sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut.

1.9.6.2 Koding

Proses ini melibatkan pemberian symbol, angka, atau tanda tertentu pada setiap jawaban responden sehingga dapat diklasifikasikan ke dalam kategori atau kelompok tertentu (Kothari, 2004).

1.9.6.3 Tabulasi

Penyusunan hasil koding ke dalam bentuk tabel atau daftar yang ringkas dan teratur agar data dapat dibaca, dibandingkan, serta diinterpretasikan dalam tahap analisis (Kothari, 2004).

1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, validitas menunjukkan sejauh mana pertanyaan dalam instrumen penelitian sesuai dengan tujuan pengukurannya. Setiap butir pertanyaan perlu diuji agar dapat dipastikan valid. Hasil uji validitas dilihat dengan membandingkan nilai *r hitung* dan *r tabel* ($df = n-2$, dengan taraf

signifikansi 5%). Jika nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Sujarweni, 2014).

1.9.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali. Artinya, instrumen dianggap reliabel jika memberikan hasil yang stabil dari waktu ke waktu. Nilai reliabilitas biasanya dilihat melalui koefisien *Cronbach's Alpha*, dan instrumen dikatakan reliabel apabila nilainya lebih besar dari 0,6 (Sujarweni, 2014).

1.9.8 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena adanya pengujian terhadap beberapa variabel independen. Metode ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan dan besarnya pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menyelidiki pengaruh narsisme dan kontrol diri terhadap tingkat adiksi media sosial *TikTok* di kalangan remaja (Ghozali, 2018).