

PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI EKSPRESI DIRI PADA INDIVIDU DENGAN KECENDERUNGAN NARCISSISTIC PERSONALITY DISORDER

Laura Bernadeth Manik¹, Fransisca Iriani Roesmala Dewi²

Psikologi, Universitas Tarumanagara^{1,2}

e-mail: laura.705210298@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana individu dengan kecenderungan kepribadian narsistik memanfaatkan TikTok untuk membentuk dan memelihara citra diri digital mereka. Studi ini berlandaskan teori narsisme, kepribadian, dan presentasi diri daring. Fokus utama adalah bagaimana sistem validasi TikTok seperti likes, komentar, dan jumlah pengikut mempengaruhi perilaku pengguna. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif terhadap tiga kreator konten remaja (AI, RH, dan AK) yang menunjukkan lebih dari lima ciri diagnostik Narcissistic Personality Disorder (NPD) menurut DSM-V. Wawancara mendalam dan analisis konten mengungkap bahwa ciri-ciri utama narsisme seperti superioritas, otoritas, dan exhibitionism diperkuat secara konsisten oleh fitur interaktif TikTok. Studi ini mengisi kekosongan dalam literatur yang sebagian besar sebelumnya berfokus pada platform seperti Facebook dalam konteks narsisme digital. Belum banyak penelitian yang secara mendalam mengeksplorasi bagaimana algoritma TikTok, dengan fitur visual dan sistem validasinya yang cepat dan terbuka, membentuk ekspresi narsisme, khususnya di kalangan remaja urban di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami narsisme dalam konteks budaya digital yang lebih dinamis dan kompetitif. Meskipun para subjek menampilkan kepercayaan diri di media sosial, mereka juga menunjukkan kerentanan emosional terhadap reaksi audiens. Hal ini menandakan identitas diri yang rapuh dan sangat bergantung pada validasi eksternal. Temuan ini memiliki implikasi terhadap pengembangan intervensi psikologis berbasis media digital serta memperluas pemahaman mengenai pembentukan identitas di era digital, khususnya dalam psikologi kepribadian dan sosiologi perkotaan.

Kata Kunci: *TikTok, Narsisme, Ekspresi Diri, Kepribadian*

ABSTRACT

This study explores how individuals with narcissistic personality tendencies utilize TikTok to shape and maintain their digital self-image. The study is grounded in theories of narcissism, personality, and online self-presentation. Its main focus is on how TikTok's validation system such as likes, comments, and follower count affects user behavior. The research employs a qualitative case study approach involving three adolescent content creators (AI, RH, and AK) who exhibit more than five diagnostic criteria of Narcissistic Personality Disorder (NPD) as defined by the DSM-V. In-depth interviews and content analysis revealed that core narcissistic traits such as superiority, authority, and exhibitionism are consistently reinforced by TikTok's interactive features. This study fills a gap in the existing literature, which has predominantly focused on platforms like Facebook in the context of digital narcissism. Few studies have thoroughly examined how TikTok's algorithm characterized by rapid, open visual validation shapes narcissistic expression, particularly among urban youth in Indonesia. Thus, this research offers a novel contribution to understanding narcissism within a more dynamic and competitive digital culture. Although the subjects project confidence on social media, they also demonstrate emotional vulnerability in response to audience feedback. This indicates a fragile self-identity that heavily relies on external validation. The findings have implications for the development of interventions in digital media psychology and the understanding of personality and social behavior in urban settings.

of psychological interventions based on digital media and expand our understanding of identity formation in the digital era, particularly in the fields of personality psychology and urban sociology.

Keywords: *TikTok, Narcissism, Self-Expression, Personality*

PENDAHULUAN

Di era digital, media sosial telah berkembang menjadi media utama untuk ekspresi diri dan pembentukan identitas, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. TikTok, platform yang menekankan narasi visual melalui video pendek, menyediakan ruang bagi pengguna untuk beraksi, bercerita, dan bahkan mengkuras kehidupan mereka secara real-time. Seperti yang diungkapkan (Papacharissi, 2010), “platform media sosial mengundang individu untuk membentuk diri mereka sendiri,” menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya membentuk cara individu dilihat oleh orang lain, tetapi juga cara mereka melihat diri mereka sendiri.

Visibilitas konstan dan keinginan untuk diperhatikan mungkin sejalan dengan kecenderungan psikologis tertentu, terutama ciri-ciri *narsisme*. Gangguan Kepribadian *Narsisme* (NPD), sebagaimana didefinisikan dalam DSM-5, ditandai dengan keagungan diri, kebutuhan konstan akan puji-pujian, dan kurangnya empati (American Psychiatric Association, 2013). Dalam studi pionir mereka, Buffardi & Campbell (2008) menemukan bahwa individu dengan ciri-ciri *narsisme* yang lebih tinggi cenderung lebih sering melakukan perilaku promosi diri di platform media sosial. Penelitian mereka, yang menganalisis profil Facebook, menunjukkan bahwa narsis cenderung mempresentasikan diri mereka dengan cara yang lebih mencari perhatian seperti menggunakan foto profil yang glamor, mencantumkan banyak koneksi sosial, dan menonjolkan prestasi dalam deskripsi pribadi. Perilaku ini bertujuan untuk membangun dan mempertahankan citra diri yang ideal di mata orang lain. “Individu dengan tingkat *narsisme* tinggi menggunakan Facebook untuk tampil lebih mempromosikan diri dan aktif secara sosial, menunjukkan bahwa platform tersebut merupakan alat yang efektif untuk manajemen citra” (Buffardi & Campbell, 2008).

Meskipun sejumlah studi sebelumnya telah meneliti hubungan antara narsisme dan media sosial, mayoritas masih berfokus pada platform seperti Facebook yang lebih berbasis teks dan memiliki struktur jaringan yang relatif statis. TikTok memiliki perbedaan mendasar dibandingkan platform lain dalam hal algoritma berbasis konten, bukan hubungan sosial. Algoritma TikTok menyajikan konten secara acak dan cepat kepada audiens luas melalui fitur “For You Page”, terlepas dari apakah pengguna mengikuti pembuat konten tersebut atau tidak. Hal ini membuat visibilitas dan jangkauan sangat bergantung pada reaksi instan berupa likes, komentar, dan jumlah views. Berbeda dari Facebook yang menekankan koneksi interpersonal, TikTok menciptakan lingkungan performatif yang lebih menekankan kompetisi antar konten dan mendorong pengguna untuk mengejar perhatian sebanyak mungkin dalam waktu singkat. Sistem validasi cepat inilah yang dapat secara signifikan memperkuat perilaku narsistik, terutama dalam bentuk ekspresi diri yang ekstrem, pencitraan diri yang konstan, dan sensitivitas terhadap umpan balik sosial. Ketidakterpenuhan eksplorasi ini dalam literatur membuka peluang untuk memahami lebih jauh konteks dan karakteristik narsisme dalam lanskap digital yang lebih dinamis, visual, dan kompetitif seperti TikTok, terutama di kalangan remaja urban.

Berbeda dari studi sebelumnya yang berfokus pada Facebook, studi ini meneliti secara spesifik sistem validasi TikTok dalam konteks perilaku Narcissistic Personality Disorder (NPD) pada remaja urban. Beberapa studi awal menunjukkan bahwa TikTok mendorong bentuk-bentuk pencitraan diri yang lebih visual dan eksplisit. Contohnya, penelitian oleh de-Sola et al. (2022) menunjukkan bahwa durasi penggunaan TikTok berkorelasi positif dengan kebutuhan akan pengakuan eksternal dan perasaan keunggulan diri. Studi lain oleh Wang &

Zhang (2023) menemukan bahwa pengguna TikTok dengan kecenderungan narsisme tinggi cenderung lebih sering mengunggah konten yang berfokus pada penampilan dan gaya hidup, serta lebih reaktif terhadap jumlah likes dan komentar. Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa TikTok, sebagai platform berbasis algoritma visual dan reward sosial instan, menyediakan lingkungan yang sangat kondusif bagi perkembangan dan pemeliharaan perilaku narsistik. Dalam hal ini, TikTok tidak hanya mencerminkan tetapi juga memperkuat kecenderungan narsisme pada penggunanya melalui mekanisme visibilitas selektif dan validasi sosial cepat. Namun, studi-studi tersebut masih terbatas secara konteks budaya dan demografis. Penelitian ini hadir untuk memperluas pemahaman dengan mengeksplorasi bagaimana narsisme diekspresikan oleh pengguna TikTok remaja di kota besar seperti Jakarta yang memiliki tekanan sosial tinggi dan budaya performatif yang kuat.

Platform TikTok yang didorong oleh algoritma memperkuat perilaku mencari perhatian dengan memberikan visibilitas lebih tinggi pada konten yang mendapatkan interaksi tinggi. Menurut (Casale & Banchi, 2020), individu dengan ciri-ciri *narsisme* yang lebih tinggi cenderung memposting selfie dan video untuk mencari validasi sosial. Hal ini menciptakan lingkungan digital di mana penampilan dan promosi diri tidak hanya dinormalisasi, tetapi juga didorong. Dalam konteks ini, penting untuk menyelidiki bagaimana individu dengan kecenderungan *narsisme* menggunakan TikTok tidak hanya sebagai wadah kreatif, tetapi juga sebagai *platform* untuk peningkatan diri dan pemeliharaan ego. Memahami dinamika psikologis di balik pembuatan konten di TikTok dapat membantu menjelaskan bagaimana platform ini tidak hanya mencerminkan tetapi juga memperkuat perilaku *narsisme* pada penggunanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi bagaimana individu dengan kecenderungan narsistik menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengekspresikan dan membentuk citra diri mereka secara digital. Pertanyaan utama dalam studi ini adalah: (1) Bagaimana sistem validasi TikTok memengaruhi perilaku narsistik pada pengguna dengan kecenderungan NPD? dan (2) Bagaimana ekspresi narsisme ini mencerminkan dinamika sosial dalam konteks urban Jakarta? Studi ini dibatasi pada remaja usia 20–25 tahun yang berdomisili di Jakarta dan aktif sebagai kreator konten TikTok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan campuran (mixed-methods) sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2014), yang menggabungkan tahapan kuantitatif dan kualitatif secara berurutan. Pada tahap awal, digunakan kuesioner NPI-16 (Narcissistic Personality Inventory versi 16 item) untuk mengukur tingkat kecenderungan narsisme pada 20 responden. Untuk menyesuaikan konteks penggunaan dengan media sosial TikTok, beberapa item dalam NPI-16 disesuaikan secara linguistik dan situasional agar relevan dengan perilaku ekspresi diri digital. Misalnya, istilah umum seperti “menonjol di hadapan orang lain” diadaptasi menjadi “menonjol di media sosial” atau “ingin tampil mencolok dalam konten yang diunggah.” Penyesuaian ini dilakukan agar partisipan dapat mengaitkan pernyataan dengan pengalaman aktual mereka di TikTok. Sebelum digunakan, hasil adaptasi diuji melalui uji validitas isi (*content validity*) dengan bantuan dua pakar psikologi kepribadian dan satu pakar komunikasi digital. Item-item yang disepakati relevan dan mudah dipahami dilanjutkan ke tahap pengisian kuesioner. Data kuesioner dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS untuk memperoleh nilai Z-score masing-masing individu. Tiga subjek dengan skor tertinggi dipilih untuk fase kualitatif, di mana dilakukan wawancara mendalam dan dilanjutkan dengan analisis tematik terhadap hasil transkrip untuk mengeksplorasi dimensi narsisme dalam konteks penggunaan TikTok.

Tiga subjek yang terpilih untuk tahap kualitatif merupakan hasil dari pendekatan studi kasus kualitatif yang bertujuan menggali secara mendalam fenomena sosial dalam konteks

spesifik. Jumlah ini dipandang memadai untuk mengeksplorasi tema secara intensif dan memungkinkan identifikasi pola yang bermakna melalui triangulasi antar-subjek. Penelitian dimulai dengan studi awal menggunakan kuesioner NPI-16 untuk mengukur tingkat *narsisme* subjek. Pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian ini berfokus pada tiga kreator konten TikTok remaja (AI, RH, dan AK) yang masing-masing menunjukkan lebih dari lima ciri diagnostik *Narcissistic Personality Disorder* (NPD) berdasarkan kriteria DSM-V. Subjek dalam penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria: (a) berusia sekitar 20 hingga 50 tahun, (b) aktif menggunakan media sosial, khususnya TikTok, (c) memiliki akun TikTok yang aktif dan secara konsisten mengunggah setidaknya satu video setiap dua minggu, dan (d) konten yang dibagikan berkaitan dengan kehidupan pribadi mereka, seperti hobi, penampilan, makanan, dan aspek pribadi lainnya, (e) berdomisili Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik sampling kriteria pada fase studi awal. Teknik ini digunakan untuk memilih subjek yang memenuhi kriteria tertentu, memastikan pengumpulan data yang relevan dan mendalam.

Sebelum proses pengumpulan data dilakukan, seluruh prosedur penelitian ini telah mendapatkan persetujuan etik dari institusi tempat peneliti bernaung. Setiap partisipan menandatangani informed consent sebagai bentuk persetujuan sadar mereka untuk ikut serta, baik dalam pengisian kuesioner maupun dalam wawancara. Wawancara mendalam dan analisis konten mengungkapkan ciri-ciri *narsisme* utama pada subjek: superioritas (AI), otoritas (RH), dan *Exhibitionism* (AK). Ciri-ciri ini secara konsisten diperkuat oleh fitur interaksi platform, yang mendorong presentasi diri yang terkuras secara berkelanjutan. Setiap wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, baik melalui pertemuan daring (Google Meet) maupun tatap muka, dengan durasi rata-rata 17 menit per sesi. Wawancara direkam dengan persetujuan subjek, kemudian ditranskrip secara verbatim. Pengkodean data dilakukan secara manual menggunakan pendekatan bottom-up dengan teknik open coding. Dua peneliti secara independen melakukan proses pengodean untuk mengidentifikasi kategori dan tema utama yang muncul. Untuk menjaga konsistensi dan kualitas interpretasi, dilakukan uji keandalan antar-pengkode (inter-rater reliability) menggunakan indeks Cohen's Kappa, yang menghasilkan skor $> 0,80$. Ini menunjukkan tingkat kesepahaman tinggi antara pengode dan memastikan bahwa hasil kualitatif memiliki reliabilitas yang kuat.

Data kuantitatif dari kuesioner NPI-16 dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menghitung skor Z dan menentukan tingkat *narsisme* di antara subjek. Ditemukan tiga subjek, dengan skor terpilih untuk fase wawancara kualitatif. Data kualitatif dari wawancara ini ditranskrip secara verbatim, dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan tema relevan melalui pengkodean dan analisis tematik. Nama dan informasi pribadi partisipan disamarkan untuk menjaga privasi dan kerahasiaan data. Proses pengolahan data dilakukan secara sistematis, dimulai dari transkripsi verbatim hasil wawancara. Selanjutnya, dilakukan proses pengkodean secara manual oleh dua peneliti secara independen untuk mengidentifikasi kategori dan tema-tema utama yang muncul. Untuk memastikan konsistensi interpretasi, dilakukan uji keandalan antar-pengkode (inter-rater reliability) menggunakan Cohen's Kappa, yang menghasilkan skor kesepakatan tinggi (> 0.80), sehingga validitas dan keandalan hasil analisis kualitatif dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Proses Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran, yang menggabungkan teknik pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif. Tahap awal melibatkan distribusi kuesioner

Narcissistic Personality Inventory-16 (NPI-16) kepada total 20 subjek. Subjek ini dipilih melalui *criterion sampling*, yang terdiri dari kenalan peneliti dan individu acak yang memenuhi kriteria berikut: (a) berusia sekitar 20–50 tahun, (b) aktif menggunakan media sosial khususnya TikTok, (c) memiliki akun TikTok aktif yang digunakan untuk mengunggah setidaknya satu video setiap dua minggu, dan (d) berbagi konten pribadi seperti hobi, penampilan wajah, makanan, atau gaya hidup di akun TikTok mereka, (e) dan berdomisili Jakarta. Kuesioner didistribusikan melalui tautan *Google Form* yang dibagikan oleh peneliti di *platform* media sosial.

Setelah analisis data menggunakan SPSS, enam subjek dipilih berdasarkan skor *narsisme* ketiga subjek dengan skor tinggi dan tiga dengan skor rendah untuk melanjutkan ke tahap wawancara. Wawancara dilakukan menggunakan format semi-terstruktur, dipandu oleh kriteria dari DSM-V untuk mengidentifikasi karakteristik *narsisme*, digunakan untuk mengeksplorasi wawasan yang lebih dalam tentang aspek dan faktor yang berkontribusi terhadap kecenderungan *narsisme* subjek.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Subjek Dengan Tingkat *Narsisme* Tertinggi

Nama	Hasil Z Score
A.I	1.00
R.H	1.00
AK	1.00

Berdasarkan analisis skor Z dari data kuesioner NPI-16 menggunakan SPSS, enam subjek dipilih untuk tahap wawancara. Tiga subjek dengan skor *narsisme* tertinggi adalah AI, RH, dan AK, yang masing-masing memperoleh skor Z sebesar 1,00 yang menunjukkan kecenderungan *narsisme* yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata kelompok.

Tabel 2. Setting Pengambilan Data

Nama Subjek	Setting Tempat	Lama Wawancara	Tanggal Wawancara
Subjek AI	<i>Online (Google Meet)</i>	20 menit	20 Maret 2025
Subjek RH	Dirumah subjek	18 menit	24 Maret 2025
Subjek AK	<i>Online (Google Meet)</i>	14 menit	18 Maret 2025

Proses Pengolahan dan Analisis Data

Setelah wawancara dilakukan, peneliti memulai proses analisis pada data yang terkumpul. Langkah awal melibatkan peninjauan hasil kuesioner *narsisme* yang telah diisi sebelumnya oleh subjek. Hasil ini membantu mengidentifikasi subjek dengan berbagai tingkat kecenderungan *narsisme*. Setelah itu, peneliti menyalin wawancara yang direkam ke dalam bentuk kata demi kata untuk menangkap respons subjek. Dari data kata demi kata, proses pengkodean dilakukan untuk mengkategorikan pola yang berulang, pernyataan penting, dan tema yang muncul terkait dengan sifat dan perilaku *narsisme*. Ciri-ciri ini kemudian dianalisis dan ditafsirkan secara sistematis melalui lensa kerangka teoritis tentang *narsisme*. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana pengalaman, persepsi diri, dan sikap setiap subjek sebagai kreator konten mencerminkan dimensi *narsisme* yang berbeda.

Tabel 3. Gambaran Umum Subjek

	Subjek 1	Subjek 2	Subjek 3
Nama / inisial	A.I	R.H	A.K
Usia	25	23	20
Jenis Kelamin	Perempuan	Laki-laki	Laki-laki

Pekerjaan	Pekerja Swasta	Wiraswasta	Mahasiswa
Pendidikan Terakhir	S1	S1	SMA

Narsisme

Individu dengan gangguan kepribadian *narsisme* seringkali ditandai dengan citra diri yang tinggi, fantasi muluk tentang kesuksesan, dan kurangnya perhatian terhadap emosi orang lain. Sebagaimana dinyatakan oleh (Engkus, 2017), “Individu dengan gangguan kepribadian *narsisme* sering kali memandang diri mereka lebih baik daripada orang lain, memiliki fantasi berlebihan tentang pencapaian mereka dapatkan, serta kurang memperhatikan perasaan orang lain.” Hal ini menunjukkan bahwa individu *narsisme* cenderung melebih-lebihkan kemampuan dan prestasi mereka sambil menunjukkan sedikit empati, yang sejalan dengan pemahaman psikologis yang lebih luas tentang sifat-sifat *narsisme*. Kebutuhan mereka akan keagungan dan superioritas sering kali membayangi hubungan interpersonal yang sehat dan kepekaan emosional.

Menurut DSM-V (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* – Edisi Kelima), seseorang dapat didiagnosis dengan gangguan kepribadian *narsisme* jika mereka memenuhi setidaknya lima dari sembilan kriteria khusus. Karakteristik ini adalah: (1) *Grandiose view of one's importance, arrogance*. (2) Sering asyik dengan fantasi, khayalan, tidak terbatas tentang kesuksesan, kekuasaan, kepandaian, kecantikan, atau cinta yang sempurna. (3) Percaya bahwa mereka adalah unggul, spesial, atau unik dan mengharapkan orang lain untuk menghargainya sebagaimana mestinya. (4) Membutuhkan puji yang lebih dari orang lain. (5) Ingin diperlakukan secara istimewa. (6) Ingin mendapatkan penghargaan dari orang lain. (7) Kurang memiliki empati. (8) Mempunyai perasaan iri terhadap orang lain atau percaya bahwa orang lain iri pada mereka. (9) Sombong, berlaku angkuh, suka meninggikan diri, menghina.

Ciri-ciri *Narsisme* Menurut DSM V

Tabel 3. Ciri-ciri *Narsisme* yang Dimiliki Subjek

	Subjek 1 (AI)	Subjek 2 (RH)	Subjek 3 (AK)
<i>Grandiosity</i>			Saya selalu mengedepankan kualitas konten saya
Fantasi Kesuksesan	Ingin mencoba berkolaborasi dengan pembuat konten digital	Berharap merek yang dimiliki berekembang dan dapat berkolaborasi dengan pembuat konten digital lain	Berharap dapat bekerja sama dengan merek besar
Percaya bahwa mereka adalah unggul	Menurut saya, orang yang juga membuat konten biasanya lebih menghargai usaha dan niat di balik proses pembuatannya.	Menurut saya, yang paling penting bukan sekadar memiliki pengaruh, tetapi bagaimana pengaruh itu digunakan dengan	

		tanggung jawab.	
Membutuhkan pujian yang lebih dari orang lain	Menurut saya, itu penting karena menunjukkan bahwa apa yang saya buat bisa terhubung dengan orang lain dan bahkan mungkin membantu mereka.	Saya senang jika karya saya bisa terhubung dengan orang lain itu penting.	Itu penting bagi saya karena menunjukkan bahwa saya berada di jalur yang benar.
Ingin diperlakukan secara istimewa			Saya sudah berusaha dan memberikan hasil, jadi seharusnya ada penghargaan atau rasa hormat terhadap hal itu.
Ingin mendapatkan penghargaan dari orang lain			
Kurang memiliki empati.			Kalau saya yakin cara saya benar, dan orang lain tidak mengerti, itu bukan masalah saya.
Mempunyai perasaan iri terhadap orang lain atau	Terkadang ada sedikit rasa persaingan.	Terkadang ada sedikit rasa persaingan.	Mereka membenci karena tak bisa mengikuti; lebih mudah benci daripada berusaha selevel.
Sombong, berlaku angkuh, suka meninggikan diri, menghina.	Ada beberapa video yang buat saya bangga sekali	Diawal, saya tidak menerima kritik orang	

Berdasarkan kriteria DSM-V untuk Gangguan Kepribadian *Narsisme*, Subjek 1, 2, dan 3 menunjukkan ciri-ciri *narsisme* yang paling menonjol. Subjek 3 memenuhi delapan dari sembilan karakteristik DSM-V. Sementara itu, Subjek 4, 5, dan 6 hanya menunjukkan satu hingga dua ciri *narsisme*, seperti ingin dikagumi atau merasa superior, yang menunjukkan kecenderungan *narsisme* ringan yang tidak memenuhi kriteria klinis. Ini mendukung klasifikasi mereka berdasarkan skor NPI-16.

Faktor yang Mempengaruhi *Narsisme*

Perkembangan kepribadian *narsisme* dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk genetika, gaya pengasuhan, budaya, dan gender. (Don & Plomin, 1990) berpendapat bahwa genetika berkontribusi sekitar 50% terhadap ciri-ciri kepribadian termasuk *narsisme*. Gaya pengasuhan juga memainkan peran penting, di mana pengasuhan yang tidak konsisten atau rendah empati dikaitkan dengan *narsisme* maladaptif (Trumpeter & Barry, 2015). Budaya membentuk kecenderungan *narsisme* secara berbeda di berbagai masyarakat; budaya Barat yang individualis cenderung menumbuhkan *narsisme* yang lebih tinggi daripada budaya Timur yang kolektivis (Campbell & Foster, 2006). Akhirnya, perbedaan gender muncul dalam ekspresi *narsisme*, dengan pria umumnya mendapat skor lebih tinggi dalam *narsisme* tetapi dengan kedua jenis kelamin menunjukkan cara yang sama untuk mengekspresikannya (Southard & Abel, 2010; Grijalva et al, 2015).

Tabel 4. Faktor yang mempengaruhi *narsisme*

Nama Subjek	Genetik	Pola Asuh	Budaya	Gender
Subjek Pertama (AI)	Ya	-	-	-
Subjek Kedua (RH)	-	-	Ya	-
Subjek Ketiga (AK)	-	Ya	-	-

Aspek *Narsisme*

(Raskin & Terry, 1988) mengembangkan *Narcissistic Personality Inventory* (NPI), sebuah ukuran psikologis yang banyak digunakan untuk menilai *narsisme* subklinis pada populasi umum. NPI mengidentifikasi tujuh aspek berbeda dari ciri-ciri kepribadian *narsisme*: Otoritas, Kemandirian, Superioritas, Eksibisionisme, Eksplotatif, Kesombongan, dan Hak. Dimensi-dimensi ini menggambarkan bagaimana individu *narsisme* memandang diri mereka sendiri, berhubungan dengan orang lain, dan mencari validasi dari lingkungan mereka.

Setiap subjek dalam penelitian ini menunjukkan aspek dominan yang selaras dengan kerangka kerja Raskin dan Terry. Analisis di bawah ini mengeksplorasi ciri-ciri ini dan menyertakan kutipan dari subjek untuk mendukung interpretasi.

Tabel 5. Aspek *Narsisme*

Nama Subjek	Otoritas	Kemandirian	Superioritas	Exhibitionism	Eksplotatif	Kesombongan	Hak
Subjek Pertama (AI)	-	-	Ya	-	-	-	-
Subjek Kedua (RH)	Ya	-	-	-	-	-	-
Subjek Ketiga (AK)	-	-	-	Ya	-	-	-

Hasil Observasi

Subjek Pertama (Subjek AI)

Subjek menunjukkan perilaku kooperatif selama wawancara berlangsung, menanggapi pertanyaan dengan keterbukaan dan kejelasan. Di awal sesi, subjek dengan sopan meminta izin untuk mematikan kamera, menjelaskan bahwa ia merasa tidak nyaman terlihat sebelum mandi. Permintaan ini mencerminkan rasa kesadaran diri dan preferensi subjek untuk privasi dalam konteks sosial tertentu. Selama percakapan, nada bicara subjek cenderung menjadi lebih keras saat menjelaskan tipe kepribadiannya, yang menunjukkan identifikasi yang kuat dengan sifat-sifat yang disebutkan oleh subjek. Ia juga tertawa beberapa kali saat ditanya apakah ia yakin orang lain mungkin iri padanya, yang menunjukkan campuran antara geli dan mungkin ketidakpercayaan terhadap gagasan itu. Secara keseluruhan, subjek mempertahankan nada bicara yang santai dan jujur, yang berkontribusi pada suasana wawancara yang berwawasan dan santai.

Subjek Kedua (Subjek RH)

Subjek bersikap kooperatif dan terlibat aktif selama wawancara. Cara komunikasinya lancar dan percaya diri, menunjukkan bahwa ia merasa nyaman mengungkapkan pikirannya. Ia menjawab setiap pertanyaan dengan kegembiraan yang terlihat dan mempertahankan ekspresi yang ramah, membuat percakapan terasa hidup dan alami. Antusiasmenya terlihat dari caranya tersenyum dan menggunakan gerakan tangan untuk menekankan maksudnya, sehingga menambah kualitas yang dinamis dan ekspresif pada tanggapannya.

Pada saat-saat tertentu, terutama ketika ditanya pertanyaan reflektif atau pribadi seperti apakah orang harus lebih mengaguminya ia akan mendongak, tampak berpikir keras. Perilaku ini menunjukkan bahwa ia bersikap bijaksana dan jujur dalam tanggapannya, daripada memberikan jawaban yang cepat atau dangkal. Kombinasi antara kehangatan, keterlibatan, dan sikap reflektifnya berkontribusi pada kehadiran wawancara yang menyeluruh dan tulus.

Subjek Ketiga (Subjek AK)

Subjek tampak kooperatif dan terlibat selama proses wawancara. Dengan latar belakang di bidang studi komunikasi, ia menanggapi pertanyaan dengan ceria dan fasih. Nada bicaranya tetap santai namun penuh rasa hormat, membuat percakapan mengalir secara alami. Ia tampak benar-benar bersemangat untuk berbagi pengalamannya, sering kali berbicara dengan antusiasme dan keterbukaan. Terutama, ada saat-saat ketika ia sedikit mengernyitkan dahinya saat membahas kritik yang diterimanya yang menunjukkan tingkat kepekaan emosional terhadap umpan balik negatif. Namun, sikapnya berubah menjadi ketertarikan dan energi yang terlihat saat berbicara tentang masa depannya sebagai kreator konten. Jelas bahwa membayangkan kemungkinan dan menetapkan tujuan masa depan adalah topik yang menurutnya memotivasi dan menyenangkan untuk dibahas.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga subjek (AI, RH, dan AK) menampilkan ciri-ciri narsisme yang berbeda-beda, namun semuanya diperkuat oleh fitur algoritmis TikTok. Ketiga subjek (AI, RH, dan AK) menunjukkan ciri-ciri inti *narsisme* sesuai dengan definisi DSM-5, termasuk grandiositas dan kebutuhan akan pujian konstan (American Psychiatric Association, 2013). Subjek AI menonjol dalam aspek superioritas, yang tercermin dalam cara ia mengedepankan kualitas kontennya. Pola asuh yang permisif dan minim koreksi tampaknya memperkuat kebutuhan akan pengakuan dari luar. Subjek RH menunjukkan kecenderungan otoritas, mencerminkan pola asuh yang sangat kompetitif, serta pengaruh budaya maskulinitas yang memberi tekanan untuk tampil dominan. Sementara itu, AK menonjol pada aspek exhibitionism, dengan pengaruh signifikan dari budaya media visual serta latar belakang

pendidikan komunikasi yang membuatnya lebih nyaman dalam mengekspresikan diri secara visual.

Temuan ini mendukung hasil studi Buffardi & Campbell (2008) serta Mehdizadeh (2010) yang menunjukkan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik lebih cenderung aktif dalam menampilkan diri di media sosial sebagai bentuk promosi diri dan kontrol persepsi publik. Meskipun penelitian mereka berfokus pada Facebook, studi ini memperlihatkan bahwa TikTok, melalui algoritma yang sangat responsif terhadap interaksi pengguna seperti likes, komentar, dan jumlah pengikut, mendorong perilaku narsistik secara lebih intens. TikTok bekerja berdasarkan algoritma For You Page (FYP), yang secara otomatis menampilkan konten kepada audiens luas jika konten tersebut memperoleh respons awal yang tinggi. Mekanisme ini menciptakan sistem validasi eksternal yang sangat cepat dan bersifat publik, sehingga memberikan dorongan instan kepada pengguna untuk mengejar perhatian dan pengakuan. Sistem validasi ini memperkuat karakteristik narsistik yang sudah ada, seperti kebutuhan akan puji (need for admiration), grandiositas, dan kecenderungan untuk tampil dominan atau istimewa di hadapan orang lain. Misalnya, saat subjek RH mengunggah video yang menekankan keahliannya, ia langsung menerima komentar yang memperkuat persepsi dirinya sebagai otoritatif. Subjek AK pun mengakui bahwa komentar dan likes yang tinggi meningkatkan semangatnya untuk tampil lebih ekspresif. Pola ini merupakan bentuk umpan balik positif (positive feedback loop), di mana setiap respons eksternal berfungsi sebagai penguatan terhadap perilaku narsistik sebelumnya, memperbesar kemungkinan perilaku serupa di masa mendatang. Dengan demikian, TikTok tidak hanya mencerminkan kecenderungan narsistik, tetapi secara aktif memperkuat dan memperluas ekspresi narsisme dalam lingkungan digital yang kompetitif dan performatif..

AK menunjukkan kecenderungan superioritas melalui caption dan ucapan dalam kontennya, yang sering kali menekankan pencapaian pribadi dan kualitas diri. Validasi dari komentar positif memperkuat narasi keunggulan tersebut. Sementara itu, RH lebih banyak menampilkan aspek otoritas dan dominasi melalui unggahan yang menyoroti keahlian atau kontrol atas suatu bidang, yang kemudian mendapatkan respons dari audiens yang memperkuat posisinya sebagai figur yang berpengaruh. AK mengandalkan kekuatan visual dan emosional dalam kontennya, memanfaatkan pencahayaan, ekspresi wajah, dan musik untuk menciptakan kesan dramatis yang menarik perhatian. Ketiga pola ini menunjukkan bahwa masing-masing subjek menggunakan TikTok sebagai media untuk mempresentasikan versi ideal diri mereka, sejalan dengan gagasan narsisme sebagai strategi manajemen citra (Bergman et al. 2011). Namun, hasil ini juga menunjukkan sisi kerentanan emosional. Ketiga subjek melaporkan stres, rasa tidak aman, dan ketergantungan emosional pada jumlah interaksi atau respons positif yang mereka dapatkan. Ini mendukung temuan Ronningstam (2005) yang menyatakan bahwa di balik narsisme terdapat identitas diri yang rapuh Implikasi psikologis dari temuan ini sangat penting, terutama bagi remaja yang menggunakan TikTok secara intensif. Ketergantungan terhadap validasi eksternal seperti likes dan komentar dapat meningkatkan risiko gangguan kecemasan sosial, perasaan tidak cukup baik (inferiority complex), dan fluktuasi harga diri. Jika pengguna terus-menerus mengevaluasi diri mereka berdasarkan tanggapan audiens, maka persepsi diri mereka menjadi tidak stabil dan rentan terhadap tekanan psikologis. Secara sosial, fenomena ini juga menimbulkan tekanan konformitas, di mana remaja terdorong untuk menampilkan diri secara berlebihan atau tidak otentik demi mendapatkan attensi. Akibatnya, interaksi sosial yang seharusnya sehat bergeser menjadi kompetisi performatif yang dapat mengikis kesejahteraan emosional. Hal ini sejalan dengan kajian Casale & Banchi (2020), yang menemukan hubungan antara narsisme digital dan penggunaan media sosial yang bermasalah.

Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa penggunaan TikTok bukan sekadar aktivitas hiburan, melainkan juga memiliki konsekuensi psikososial yang serius apabila tidak disertai literasi digital dan kesadaran diri yang memadai.

Penelitian ini juga menemukan bahwa karakteristik budaya Jakarta yang kompetitif dan berbasis status sosial memperkuat kebutuhan untuk tampil dan mendapatkan pengakuan publik. Hal ini senada dengan pandangan Campbell & Foster (2006) bahwa budaya individualistik modern sangat mendukung perkembangan narsisme. Meskipun Indonesia dikenal sebagai masyarakat kolektivis, kehidupan urban Jakarta menunjukkan pergeseran ke arah budaya performatif, terutama di kalangan remaja pengguna media sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti peran TikTok sebagai medium yang tidak hanya memfasilitasi tetapi juga memperkuat ekspresi narsisme pada individu dengan kecenderungan Narcissistic Personality Disorder (NPD), khususnya di kalangan remaja urban. Tiga subjek dalam studi ini menampilkan pola narsistik yang khas—superioritas, otoritas, dan exhibitionism—yang secara konsisten diperkuat oleh sistem validasi algoritmik TikTok, seperti likes, komentar, dan jumlah pengikut. Meskipun ketiganya menampilkan citra diri yang percaya diri di ruang digital, wawancara mengungkapkan adanya kerentanan emosional terhadap respons audiens yang menjadi cerminan dari identitas yang tidak stabil. Fenomena ini terjadi dalam konteks budaya urban Jakarta yang kompetitif dan performatif, di mana kebutuhan akan pengakuan sosial semakin terakselerasi oleh sistem media sosial.

Studi ini memberikan kontribusi pada kajian psikologi kepribadian dan media digital dengan menekankan bahwa platform seperti TikTok tidak netral, melainkan berperan aktif dalam membentuk ekspresi psikologis penggunanya. Secara teoretis, temuan ini memperluas pemahaman tentang narsisme dalam konteks digital, khususnya dengan menunjukkan bagaimana algoritma media sosial tidak hanya memfasilitasi, tetapi juga memperkuat ciri-ciri kepribadian narsistik secara sistemik. Temuan ini memperkaya teori narsisme dengan memasukkan variabel kontekstual yang dinamis—seperti sistem validasi digital dan budaya performatif perkotaan—yang sebelumnya belum banyak dibahas dalam kerangka tradisional narsisme. Implikasi praktis dari temuan ini antara lain adalah pentingnya memasukkan dimensi penggunaan media sosial dalam proses asesmen kepribadian, khususnya dalam kasus yang mencurigakan mengandung ciri-ciri narsistik. Praktik psikologi klinis dan pendidikan psikososial dapat mempertimbangkan skrining aktivitas media sosial sebagai bagian dari pemetaan risiko gangguan kepribadian. Dari perspektif sosiologi perkotaan, penelitian ini juga memberikan landasan awal untuk melihat kota sebagai ruang performatif digital, di mana identitas sosial tidak hanya dibentuk oleh interaksi fisik tetapi juga oleh dinamika algoritmik platform online. Hal ini membuka peluang untuk kajian interdisipliner yang lebih luas antara psikologi, media studies, dan studi urban. Lebih jauh, refleksi sosial dari penelitian ini menekankan urgensi penyusunan kebijakan literasi digital yang ditargetkan pada remaja urban dengan kecenderungan narsistik, agar mereka dapat memahami dinamika antara validasi digital dan kesejahteraan emosional.

Untuk memperluas pemahaman mengenai narsisme digital, diperlukan penelitian lanjutan dengan beberapa fokus: (1) mengeksplorasi variasi ekspresi narsisme di berbagai platform media sosial dengan algoritma dan format interaksi yang berbeda, seperti Instagram, YouTube Shorts, dan X (Twitter), untuk memahami bagaimana karakteristik teknologis platform dapat membentuk manifestasi narsisme yang berbeda; (2) menguji pengaruh intervensi psikososial digital terhadap stabilitas identitas diri pada individu narsistik, seperti program literasi digital berbasis refleksi diri atau pembatasan algoritmik; dan (3) menganalisis hubungan antara durasi

penggunaan media sosial dengan intensitas kebutuhan validasi eksternal secara kuantitatif dan longitudinal. Dengan cakupan yang lebih luas ini, penelitian masa depan dapat berkontribusi dalam merancang kebijakan edukatif dan preventif yang lebih presisi untuk remaja di berbagai ekosistem digital.

DAFTAR PUSTAKA

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Bergman, S. M., Fearrington, M. E., Davenport, S. W., & Bergman, J. Z. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences*, 50(5), 706–711. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.12.022>
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Campbell, W. K., & Foster, C. A. (2006). Narcissism and commitment in romantic relationships: An investment model analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(4), 484–495. <https://doi.org/10.1177/0146167202287006>
- Casale, S., & Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100252. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100252>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- de-Sola, J., Talledo, H., Rodríguez, N., & Rubio, G. (2022). Problematic use of TikTok and its association with narcissism traits in adolescents. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(2), 389–398. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00030>
- Engkus, E. (2017). *Psikologi kepribadian: Teori dan aplikasinya dalam kehidupan*. Alfabeta.
- Grijalva, E., Harms, P. D., Newman, D. A., Gaddis, B. H., & Fraley, R. C. (2015). Narcissism and leadership: A meta-analytic review of linear and nonlinear relationships. *Personnel Psychology*, 68(1), 1–47. <https://doi.org/10.1111/peps.12072>
- 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>
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity Press.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Ronningstam, E. (2005). *Identifying and understanding the narcissistic personality*. Oxford University Press.
- Southard, A. C., & Abel, M. H. (2010). Sex differences in narcissism and the role of gender roles. *Personality and Individual Differences*, 49(8), 938–943. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.07.012>
- Trumpeter, N. N., & Barry, C. T. (2015). Parenting, gender, and narcissism: An examination of the associations among parenting style, narcissism, and gender. *Journal of Child and Family Studies*, 24, 3446–3455. <https://doi.org/10.1007/s10826-015-0145-1>
- Wang, Q., & Zhang, H. (2023). Narcissistic self-presentation and social media engagement: Evidence from TikTok usage patterns. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(1), 15–21. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0019>