

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP PERILAKU NARSIS PADA REMAJA
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Oleh
M. AGUNG NUGROHO



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP PERILAKU NARSIS PADA REMAJA
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

M. Agung Nugroho

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**



ABSTRAK

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU NARSIS PADA REMAJA DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

M. AGUNG NUGROHO

Perkembangan media baru di Indonesia memberikan dampak bagi perubahan perilaku masyarakat. Khususnya remaja, tidak sedikit yang memanfaatkan media baru sebagai ajang untuk mencari kepopuleran dan pengakuan diri. Salah satu bentuk media baru saat ini yakni aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok merupakan platform media sosial berbentuk video musik yang dapat dibagikan kepada sesama penggunanya. Fitur-fitur yang menarik seperti *edit music, sound, video dan special effects* yang dimiliki TikTok serta pilihan lagu yang beragam menjadikan aplikasi ini paling banyak diminati oleh remaja saat ini. Salah satu dampak yang ditimbulkan dari penggunaan aplikasi TikTok ini adalah perilaku narsis. Perilaku narsis setiap remaja berbeda tergantung pada tingkat intensitas remaja dalam menggunakan aplikasi TikTok, semakin tinggi intensitas menggunakan aplikasi TikTok, maka dampak yang ditimbulkan juga akan tinggi begitupun sebaliknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung. Teori yang digunakan adalah teori SOR dan *Uses and Effect*. Tipe penelitian yang digunakan yakni kuantitatif dengan pendekatan survey sebagai pengumpulan data, menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Adapun sampling pada penelitian ini adalah 100 remaja di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung, hal ini dibuktikan oleh nilai yang cukup besar yakni 59,9%, dikarenakan TikTok sebuah aplikasi berbasis video yang memiliki fitur-fitur yang menarik serta konten dengan perpustakaan musik yang beragam didalamnya sehingga memberikan daya tarik tersendiri bagi remaja pengguna TikTok. sedangkan 41,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, seperti minat penggunaan media sosial lain atau faktor sosial lainnya.

Kata Kunci : Intensitas, TikTok, Perilaku Narsis

ABSTRACT

THE IMPACT OF TIKTOK APP USAGE INTENSITY ON TEEN NARCISSISTIC BEHAVIOR IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

M. AGUNG NUGROHO

The development of new media in Indonesia has an impact on changing people's behavior. especially teenagers, not a few who take advantage of new media as a means to seek popularity and self-recognition. The new media today is the TikTok Apps. Interesting features such as music editor, sound, video and special effects TikTok has and a wide selection of songs make this Apps the most sought after by teenagers. The TikTok Apps is a social media platform in the form of music videos that can be shared with fellow users. One of the behavioral changes that can be caused by using the TikTok Apps is narcissistic behavior. The narcissistic behavior of each teenager is different depending on the intensity level of teenagers in using the TikTok Apps, the higher the intensity of using the TikTok Apps, the impact will also be high and vice versa.

This study aims to determine how much influence the intensity of using the TikTok Apps on narcissistic behavior in adolescents in Bandar Lampung City. The theory used is the theory of SOR and Uses and Effects. The type of research used is quantitative with a survey approach as data collection, using accidental sampling technique. The sampling in this study were 100 teenagers in the city of Bandar Lampung. Based on the results of the study, it shows that there is a significant effect between the intensity of using the TikTok Apps on narcissistic behavior in adolescents in Bandar Lampung City, this is evidenced by a fairly large value, namely 59.9%, in because TikTok is a video-based Apps that has interesting features and content with a diverse music library in it so that it provides a special attraction for teenage TikTok users. while the remaining 41.1% is influenced by other factors, such as interest in using other social media or other social factors.

Keywords :*Intensity, TikTok, Narcissistic Behavior*

Judul Skripsi : **PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN
APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU
NARSIS PADA REMAJA DI KOTA
BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **M. Agung Nugroho**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1646031019**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Toni Wijaya, S.Sos., M.A.
NIP. 197810302002121001

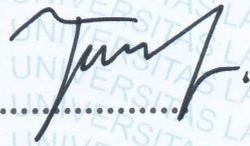
2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Wulan Suciska S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

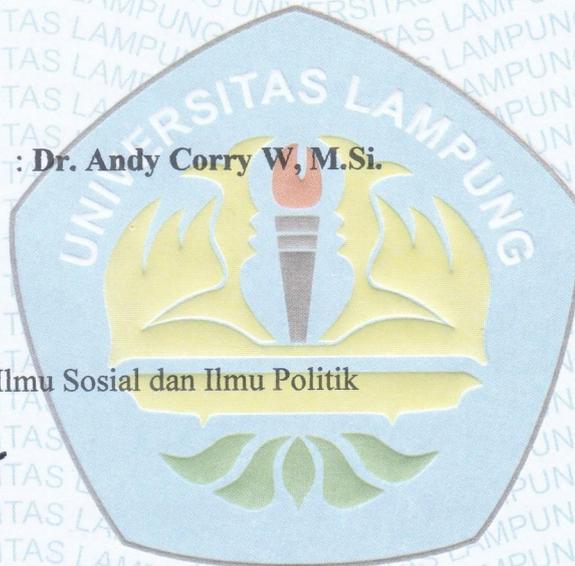
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Toni Wijaya, S.Sos., M.A.**



Penguji : **Dr. Andy Corry W, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **18 Februari 2022**

SURAT PERNYATAAN

RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Agung Nugroho
NPM : 1646031019
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl, Bunga Sepatu 1 Blok 4J No.24 Perumnas Waykandis,
Tanjung senang, Bandar Lampung
No. Handphone : 082282945540

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsis Pada Remaja di Kota Bandar Lampung”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) Atau pun oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 21 Maret 2022
Yang membuat pernyataan,



M. Agung Nugroho
NPM 1646031019

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap M. Agung Nugroho. Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, 16 Agustus 1997 Sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara. Penulis merupakan anak laki-laki dari pasangan Suprpto BZ, M.Pd. dan Nailati S.Pd.I. Penulis mengawali pendidikannya di TK Aisyiyah Bandar Lampung dan Lulus pada tahun 2004. Lalu melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung dan lulus tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di MTSN 2 Bandar Lampung dan lulus tahun 2012. Setelahnya menuntut ilmu di SMKN 5 Bandar Lampung Jurusan Multimedia dan Lulus Tahun 2015. Pada tahun 2016, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui Jalur UM (Ujian Mandiri).

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti berbagai unit kegiatan mahasiswa diantaranya sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi (HMJ) sebagai anggota Bidang *Advertising* periode kepengurusan tahun 2017-2018, dan sebagai anggota Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung (PSM UNILA) sebagai anggota Divisi Latihan periode kepengurusan 2018-2019 dan koordinator Divisi Latihan periode tahun kepengurusan 2019-2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tri Mekar Jaya, Kecamatan Bandar Negeri Suoh, Kabupaten Lampung Barat pada periode Januari-Februari tahun 2019. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sebagai *Creative* Divisi Marketing Komunikasi Departemen *Off Air* di PT.

Cakrawala Andalas Televisi (ANTV) Jakarta pada periode Juli-Oktober tahun 2019. Dari beberapa kegiatan kemahasiswaan yang diikuti penulis mendapatkan beberapa prestasi gemilang diajang Nasional maupun *International*, diantaranya sebagai perwakilan daerah Lampung diajang Pekan Seni Mahasiswa Nasional cabang lomba Vokal Grup tahun 2018 di Yogyakarta dan Seriosa Putra tahun 2020 di Jawa Barat, Mendali Perak diajang *Soegijapranata International Choir Festival* tahun 2018 di Semarang, Mendali Emas dan *Grand Prix* pada ajang *Fransiskus Bandar Lampung National Choir Festival* 2019 di Lampung, Medali emas diajang *Bali International Choir Festival* 2021, Mendali Emas dan Perak *World Virtual Choir Festival* 2021, dan prestasi terakhir penulis yaitu menjadi perwakilan putra daerah Provinsi Lampung yang tergabung dalam Paduan Suara dan Orkestra Nasional Gita Bahana Nusantara Republik Indonesia untuk tampil pada acara detik-detik Proklamasi hari kemerdekaan Republik Indonesia ke-76 tahun 2021 di Istana Negara Jakarta.

MOTTO

Jangan pernah menyerah untuk berusaha, Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya.

Teruntuk Keluarga dan Almamater Tercinta.

PRAKATA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penelitian dengan judul **Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsis Pada Remaja di Kota Bandar Lampung** ini dapat selesai, sehingga penulis dapat meraih gelar sarjana strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun, penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyusun skripsi ini dan tidak terlepas dari peran, doa, semangat dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, hidayah-nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan.
2. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si., selaku Rektor Universitas Lampung.
3. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi dan sekaligus selaku Pembimbing utama skripsi atas kesediaan waktu, ilmu, kesabaran dan semangatnya membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Andy Corry W, M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah membantu penulis dalam memperbaiki kritik, koreksi, serta saran, demi kelancaran skripsi ini.
7. Ibu Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu peneliti selama masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
9. Kedua orangtua penulis : ibunda (Nailati) dan Ayahanda (Suprpto) Atas bantuan moril dan material serta doa yang selalu menemani setiap langkah.
10. Kakak-kakak penulis, Ayu Agung Puspita Sari dan Dwi Indira Pratiwi yang telah memberikan dukungan demi kelancaran menyelesaikan studi.
11. Teman-teman seperjuangan penulis, Faika, Tazkiyah, Vicent, Andaru, Firda, Sinta, Thobi dan Laras. Sudah menemani dan membatu penulis baik selama skripsi maupun perkuliahan.
12. Sahabat-sahabatku, Sani, Hendi, Dhani, Andaru, Afdal, jogi, Ami, Atha, Junisa, Murtika, Anggit, Emita dan Agnes yang menemaniku hingga saat ini.
13. Keluarga Besar Mahasiswa Ilmu Komunikasi serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Bandar Lampung, Maret 2021
Penulis,

M. Agung Nugroho

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. PenelitianTerdahulu	8
2.2. <i>New Media</i>	12
2.3. Tinjauan Teori	
2.3.1 Teori SOR	13
2.3.2 Teori <i>Uses And Effect</i>	14
2.4. Aplikasi TikTok.....	15
2.4.1 Pengertian Aplikasi TikTok	15
2.4.2 Sejarah Aplikasi TikTok	18
2.4.3 Cara Penggunaan Aplikasi TikTok.....	19
2.4.4 Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok	22
2.5. Perilaku Narsis	23
2.6. Remaja	25
2.6.1 Pengertian Remaja	25
2.6.2 Batasan Usia Remaja	26
2.7. Kerangka Pikir	26
2.8. Hipotesis Penelitian	29
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian.....	30
3.2. Variabel Penelitian	30

3.3.	Definisi Konsep	31
3.3.1.	Definisi Operasional	33
3.4.	Populasi	36
3.5.	Sampel dan Teknik Sampling	37
3.5.1.	Sampel	37
3.5.2.	Teknik Sampling	38
3.6.	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.8.	Teknik Pengolahan Data	41
3.9.	Teknik Pemberian Skor	42
3.10.	Teknik Pengujian Instrumen	42
3.10.1.	Uji Validitas	42
3.10.2.	Uji Reabilitas	43
3.11.	Teknik Analisis Data	44
3.11.1.	Teknik Regresi Linear Sederhana.....	45
3.12.	Pengujian Hipotesis	46
3.12.1.	Uji Parsial (T-Statistik).....	46
3.12.2.	Koefisien Determinasi	46

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Perkembangan Aplikasi TikTok	47
4.1.1	Statistik Penggunaan Aplikasi TikTok	48
4.1.2	TikTok Masuk ke Indonesia	48
4.2	Remaja Kota Bandar Lampung.....	49
4.2.1	Masa Remaja.....	49
4.2.2	Kota Bandar Lampung	50
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian	53
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	53
4.3.2	Hasil Uji Realibilitas	54
4.4	Karakteristik Responden.....	56
4.4.1	Jenis Kelamin.....	56
4.4.2	Usia	57
4.4.3	Pekerjaan	57
4.4.4	Asal Daerah.....	58
4.5	Hasil Penelitian	58
4.5.1	Perhatian	59
4.5.1	Penghayatan	61
4.5.2	Durasi	63
4.5.3	Frekuensi.....	65
4.5.4	Memiliki perasaan <i>grandiose</i> (megah) dan <i>self important</i> ...	69
4.5.5	Dipenuhi dengan fantasi.....	71
4.5.6	Merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial	73

4.5.7	Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi.....	74
4.5.8	Mengeksploitasi hubungan interpersonal.....	76
4.5.9	Perasaan iri	77
4.5.10	Berperilaku sombong dan angkuh.....	78
4.5.11	Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	80
4.6	Analisis Data.....	82
4.6.1	Hasil Uji Pengaruh Variabel X Terhadap Y	82
4.7	Uji Hipotesis	84
4.7.1	Hasil Uji Analisis Data Secara Parsial.....	84
4.7.2	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.8	Pembahasan Penelitian	86

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	8
2. Indikator Definisi Operasional.....	34
3. Hasil Uji Validitas	53
4. Hasil Uji Realibilitas Variabel X	55
5. Hasil Uji Realibilitas Variabel Y	55
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	58
10. Dimensi Instrumen Variabel X	59
11. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Suka Menggunakan Aplikasi TikTok.....	59
12. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Tertarik Menggunakan Aplikasi TikTok Karena Memberikan Inspirasi Tentang Kreatifitas Saya Dalam Membuat Video.....	60
13. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya merasa senang, saat saya menggunakan aplikasi TikTok	60
14. Rekapitulasi Jawabab Responden Dimensi Perhatian.....	61
15. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Memahami Cara Menggunakan Aplikasi TikTok Dengan Baik dan Benar.....	61
16. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Fokus Selama Membuat Konten Video Dengan Menggunakan Aplikasi TikTok.....	62
17. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Mendapatkan Manfaat Setelah Saya Membuat Video Dengan Menggunakan Aplikasi TikTok	62
18. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi Penghayatan	63
19. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Menggunakan Aplikasi TikTok Lebih Dari 1 Jam Dalam Sehari	63
20. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Menggunakan Aplikasi TikTok Dari Awal Hingga Akhir Pembuatan Video Saya Selesai	64
21. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya membuat video menggunakan aplikasi TikTok lebih dari 15 detik.....	64

22. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi Durasi	65
23. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya sering menyempatkan menggunakan aplikasi TikTok ketika sedang tidak ada aktivitas	65
24. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya selalu meng- <i>update</i> video TikTok saya.....	66
25. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Membuat Video TikTok Saya Sendiri	66
26. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Membuat Video TikTok Bersama Teman-teman Saya.....	66
27. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Selalu Menyempatkan Menggunakan Aplikasi TikTok >10 kali Dalam 1 Sehari	67
28. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Selalu Menyempatkan Menggunakan Aplikasi TikTok <10 kali Dalam 1 Sehari	67
29. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi Perhatian.....	68
30. Dimensi instrumen Variabel Y	68
31. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Bangga Ketika Saya Bisa Membuat Video di Aplikasi TikTok	69
32. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Dihargai Ketika Saya Menggunakan Aplikasi TikTok	69
33. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Lebih Unggul Dari Orang Lain Ketika Membuat Video Di Aplikasi TikTok.....	70
34. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Akan Melakukan Segala Cara Agar Video TikTok Yang Saya Buat diakui Orang Lain.....	70
35. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi Memiliki Perasaan Megah dan <i>Self Important</i>	70
36. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Lebih Percaya Diri Ketika Bisa Membuat Video TikTok.....	71
37. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Lebih Pintar Dari Pada Orang Lain Dalam Menggunakan TikTok	71
38. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Lebih Cantik/ Tampan Ketika Saya Menggunakan Aplikasi TikTok.....	72
39. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi dipenuhi Dengan Fantasi.....	72
40. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Aplikasi TikTok Membuat Saya Merasa Paling Hits	73
41. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Hanya Ingin Bergaul Dengan Sesama Pengguna Aplikasi TikTok Saja	73
42. Tanggapan Responden Saya Merasa Memiliki Kemampuan Yang Tidak Dimiliki Orang Lain Ketika Saya Menggunakan Aplikasi TikTok	74
43. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi Merasa Diri Adalah Individu Yang Khusus dan Spesial.....	74
44. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Senang Ketika Video TikTok Saya Diperhatikan atau Dikagumi Oleh Orang Lain	75

45. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Video TikTok saya bisa membuat saya lebih terkenal di sosial media.....	75
46. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi Memiliki Kebutuhan Yang Ekspresif Untuk Dikagumi	75
47. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Membutuhkan Bantuan Orang Lain Untuk Membuat Video TikTok Saya	76
48. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Memanfaatkan Orang Lain Sebagai Bahan Untuk Membuat Video TikTok Saya.....	76
49. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi mengeksploitasi hubungan interpersonal.....	77
50. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Tidak Perduli Ketika Orang Lain Iri Terhadap Saya.....	77
51. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Iri Dengan Kelebihan Orang Lain Dalam Menggunakan Aplikasi Tikkok.....	78
52. Rekapitulasi Jawaban Responden Dimensi Perasaan Iri.....	78
53. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Marah Ketika Video Saya Diremehkan Oleh Orang Lain	79
54. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Video TikTok Saya Lebih Bagus Dari Pada Orang Lain	79
55. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Lebih Mengerti Menggunakan Aplikasi TikTok Dari Pada Orang Lain	79
56. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Berperilaku Sombong dan Angkuh.....	80
57. Kategori Persentase Nilai Setiap Pertanyaan	80
58. Kategori Item Pada Variabel X.....	81
59. Kategori Item Pada Variabel Y	81
60. Hasil Uji Regresi	82
61. Hasil Uji T (Parsial)	84
62. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85

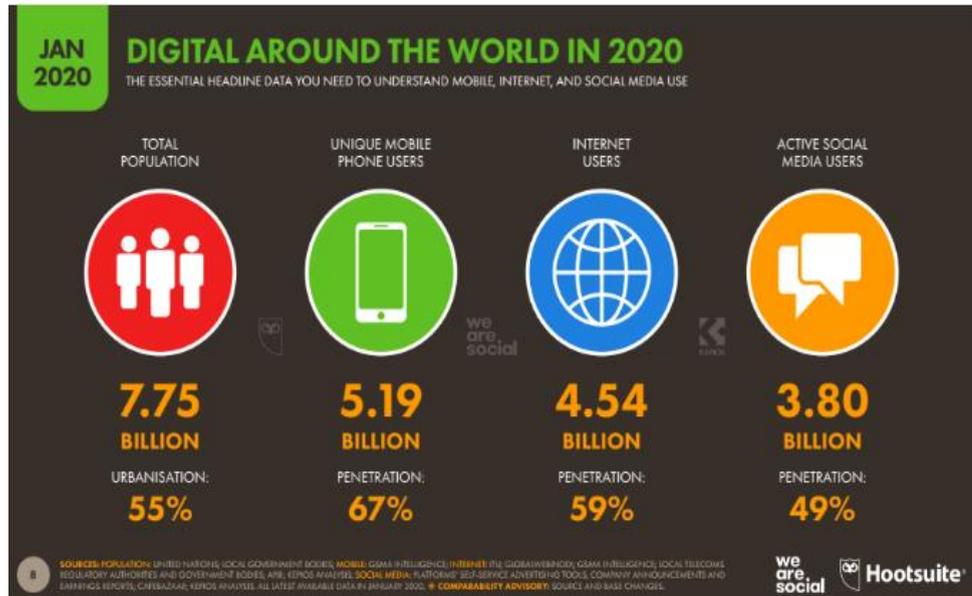
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Pengguna internet di dunia 2020.....	2
2. Jumlah unduhan TikTok 2020	3
3. Jumlah pengguna internet indonesia 2020 perprovinsi.....	4
4. Akun TikTok Cimoy.....	5
5. Kerangka penelitian	28
6. Data masyarakat Kota Badar Lampung berdasarkan usia	37
7. Logo Aplikasi TikTok.....	47
8. Data pekerjaan Responden.....	50
9. Logo Kota Bandar Lampung	50

I. PENDAHULUAN

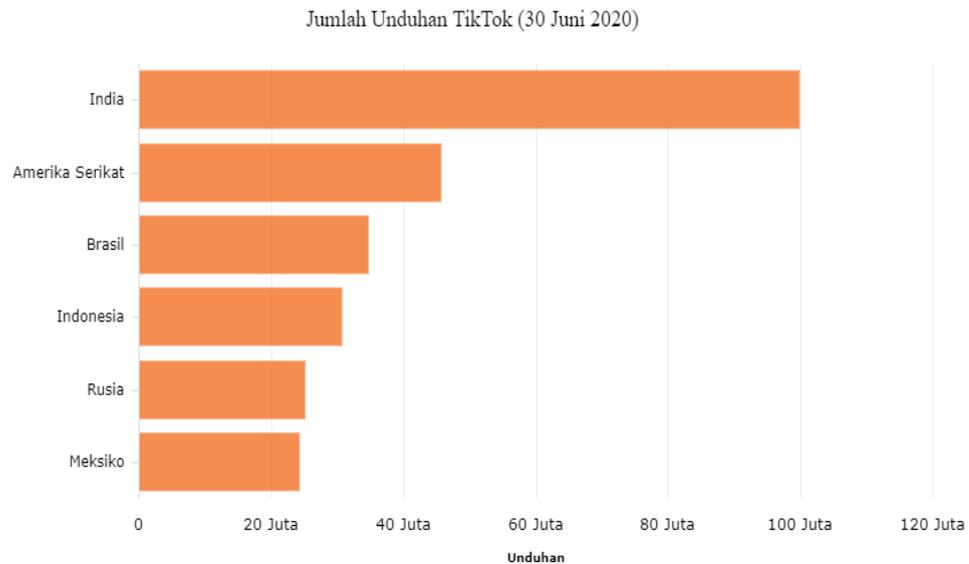
1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini tumbuh dengan sangat pesat. Perkembangan pada era ini menyebabkan perubahan pada kehidupan masyarakat baik itu mengenai peradaban maupun kebudayaan. Haag dan Keen mendefinisikan teknologi informasi sebagai seperangkat alat yang membantu dalam bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan proses informasi. Semakin berkembangnya proses kemajuan zaman, teknologi juga berinovasi untuk bervariasi. Terlebih dengan kebutuhan akan internet yang terus meningkat sebagai sarana untuk pertukaran dan penyebaran informasi (Abdul Kadir,2013:3). Terdapat berbagai macam kebutuhan penggunaan internet yang diminati khalayak pada era ini, salah satunya adalah melalui berbagai jenis *platform* aplikasi dengan basis media yang berbeda-beda, *platform* aplikasi digunakan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, edukasi dan informasi terkini di dunia maya. Berdasarkan data *we are social x hoot suite*, populasi pengguna internet dunia di tahun 2020 telah mencapai angka 4,5 milyar orang. Angka ini menunjukkan bahwa pengguna internet telah mencapai lebih dari 60 persen penduduk dunia atau lebih dari separuh populasi bumi, hal ini bisa terlihat pada gambar berikut.



Sumber : (Hootsuite.com, 2020)
Gambar 1. Pengguna internet di dunia 2020.

Adanya internet, mampu memberikan kemudahan bagi pengguna teknologi pada umumnya, serta sebagai suatu cara yang baru dalam melakukan aktifitas manusia menjadi lebih bermakna. Namun tentu saja setiap hal yang baru memberikan dampak positif dan negatif dari adanya kecanggihan ini. Khususnya remaja, tidak sedikit yang menggunakan kecanggihan teknologi sebagai ajang untuk mencari perhatian khalayak, munculnya *platform* aplikasi, membuat kecanggihan teknologi semakin sempurna. Seiring merajanya digital, beberapa *platform* aplikasi menyediakan dukungan pembuatan video yang dilengkapi dengan fasilitas fitur-fitur yang menarik. Salah satunya terdapat pada aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik yang berasal dari Tiongkok diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi ini digunakan oleh pengguna untuk mengunggah video yang mereka buat sendiri dan kemudian dibagikan kepada pengguna aplikasi TikTok lainnya. aplikasi ini adalah aplikasi musik yang digunakan dengan cara *lip-sync* dengan durasi hanya berkisar 15 detik, pada per bulan Juli tahun 2020, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh yakni 65,2 juta kali (Trikinet,2022) hal ini bisa dilihat di grafik berikut.



Sumber : (katadata.com, 2021)

Gambar 2. Jumlah unduhan TikTok 2020

Aplikasi TikTok mengantongi lebih dari 65,2juta unduhan, yang setara dengan 21,4% peningkatan dari periode yang sama pada tahun sebelumnya. Negara-negara dengan pemasangan aplikasi TikTok terbanyak selama periode ini adalah Amerika Serikat dengan 9,7% dan Indonesia dengan 8,5%. Dengan total unduhan 8,5% pada Juli 2020, Indonesia memperkuat posisi sebagai negara pengguna TikTok terbesar keempat di dunia. Jumlah unduhan tersebut mengalahkan aplikasi populer lainnya semacam youtube, whatsapp, facebook, dan instagram. Menurut Bytedance, Indonesia sendiri memiliki pengguna aktif aplikasi TikTok sebanyak 10 juta setiap bulannya (katadata.com, 2021) hal ini di dukung dengan beragamnya konten-konten menarik yang ada di TikTok seperti *tutorial dance*, edukasi & informasi, *beauty & fasion*, humor dan lain sebagainya. Konten pada TikTok tersebut dapat dinikmati dengan mengunduh aplikasi TikTok melalui *google playstore* atau *appstore*.

Pengguna aktif aplikasi TikTok sebagian besar di dominasi oleh para remaja, masa remaja adalah masa transisi dan pencarian jati diri, remaja mengalami perubahan yang mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Massa remaja menurut (Mappiare, 1982:27) berlangsung

antara umur 12-21 tahun bagi wanita dan 13-22 tahun bagi pria. Remaja pada masa kini dapat dikategorikan sebagai generasi Z. Generasi Z adalah generasi digital yang sejak kecil sudah mengenal teknologi dan *gadget* yang canggih, dengan lahirnya generasi Z yang tidak bisa lepas dari perilaku narsis dan kekinian, menjadikan aplikasi TikTok semakin banyak diminati. Menurut (Lam, 2012:2) perilaku narsis berasal dari konsep diri dan kepercayaan diri sebagai individu yang unik, memiliki intelegensi yang lebih, dan memiliki potensi lebih dari orang lain sehingga cenderung tidak menerima diri sendiri karena berperilaku secara berlebihan dari kemampuan serta keadaan yang sebenarnya. Remaja yang terlahir sebagai status generasi Z ini memiliki kesempatan untuk dapat mengaktualisasikan pengamatan, ingatan, pikiran, dan fantasi kedalam sebuah perilaku. Bentuk dari aktualisasi diri setiap remaja berbeda-beda, salah satunya ditampilkan melalui perilaku narsis agar mendapatkan pengakuan serta pengaguman dari lingkungannya. Individu yang mempunyai kecenderungan narsis lebih tertarik dengan hal yang hanya menyangkut dengan kesenangan pribadi, oleh sebab itu perilaku narsis menjadi melekat pada diri remaja seiring berkembangnya teknologi internet saat ini. Berdasarkan survey data Asosiasi Penyelenggaraan jasa internet Indonesia (APJII,2020) jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2020 mengalami kenaikan. Pada periode 2018-2019, pengguna internet di Indonesia berjumlah 171,1 juta orang, dan di periode selanjutnya yakni 2019-2020 pengguna internet di Indonesia naik menjadi 199,71 juta orang dari total keseluruhan penduduk sebesar 266.91 juta orang, hal ini bisa dilihat dari grafik berikut.

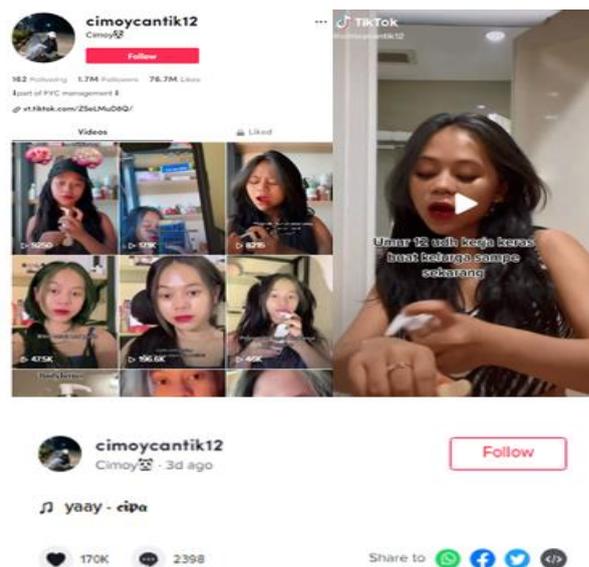
No.	Provinsi	Jumlah pengguna internet
1.	Jawa Barat	35.100.166
2	Jawa Tengah	26.536.320
3	Jawa Timur	26.350.802
4.	Sumatera Utara	11.720.332
5.	Banten	9.980.725
6.	DKI Jakarta	8.928.485

7.	Sumatera Selatan	6.950.709
8.	Sulawesi Selatan	5.750.314
9..	Lampung	5.269.085
10.	Kalimantan Barat	3.920.509
11.	Nusa Tenggara Barat	3.766.404

Sumber (Suara.com, 2020)

Gambar 3. Jumlah Pengguna internet indonesia 2020 perprovinsi.

Grafik diatas menunjukkan provinsi Lampung menempati urutan ke 9 dengan jumlah pengguna 5.269.085 juta orang, dan apabila diurutkan di berdasarkan pulau, Lampung urutan kedua yang mempunyai pengguna internet terbesar di pulau Sumatera setelah provonsi Sumatera Selatan (Suara.com,2020). Sebab itu objek dari penelitian ini merupakan Ibu Kota dari Provinsi Lampung yakni Kota Bandar Lampung rata-rata masyarakatnya diduga melakukan perilaku narsis dari intensitas penggunaan aplikasi TikTok. Salah satu contoh fenomena perilaku narsis pada remaja pengguna TikTok di Kota Bandar lampung yakni adalah Cimoy. Cimoy memiliki nama asli Nuraini berusia 16 tahun. Asal Panjang merupakan remaja yang tinggal di Kota bandar Lampung yang namanya dikenal banyak orang karena kenarsisannya di TikTok, dengan nama akun Cimoy cantik12.



Sumber (Suara.com, 2020)

Gambar 4. Akun TikTok cimoy.

Cimoy melakukan perilaku narsis melalui unggahan video TikTok yang dibuatnya seperti, video yang berkaitan dengan *make-up* dan tarian-tarian dengan pakaian terbuka yang diringi lantunan lagu yang sedang viral di TikTok untuk menarik perhatian sesama pengguna TikTok lainnya. Cimoy mulai populer melalui aplikasi TikTok dengan followers 1,9M dan *like* sebanyak 83,3M karena kenarsisannya, hal itu semakin meningkat setelah dirinya diundang menjadi bintang tamu dalam vlog Nikita Mirzani yang mengundang banyak kontroversi, sehingga cimoy semakin populer dan lebih narsis dalam menggunakan aplikasi TikTok. (suara.com 2020). Meskipun tidak semua orang merespon positif atas video yang ia buatnya, tetapi Cimoy tetap konsisten dalam mengunggah video TikTok dengan kenarsisan yang dimilikinya, karena video yang di unggahnya tersebut, ia mulai banyak menarik perhatian banyak masyarakat khususnya para remaja pengguna TikTok, sehingga para remaja tertarik dan *intens* dalam menggunakan aplikasi TikTok, yang menghasilkan terbentuknya suatu tindakan yang sama dilakukan oleh cimoy yakni berperilaku narsis di aplikasi TikTok, hal itu terjadi karena media menstimulus remaja untuk memenuhi kebutuhan akan berperilaku narsis di dirinya dalam menggunakan aplikasi TikTok, agar terlihat kekinian atau disebut tidak ketinggalan jaman oleh orang lain, melalui fenomena serta data yang didapat bahwa perilaku narsis pada aplikasi TikTok di Kota Bandar Lampung mayoritas dilakukan pada usia remaja, maka melalui penelitian ini, dengan sasaran objek penelitian yaitu remaja yang merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok di Kota Bandar Lampung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis remaja di Kota bandar Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan di angkat peneliti adalah :

Seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk :

Mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi dan semoga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca untuk bisa lebih memahami seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri di media sosial instagram
- b. Untuk pembuatan skripsi sebagai salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan referensi guna mempermudah dan memperkaya materi dari teori dan konsep dalam mendapatkan informasi seputar pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme pada remaja di Kota Bandar Lampung. Penulis telah menganalisis penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bahasan di dalam penelitian ini, mencakup tentang intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis. Berikut ini tabel perbedaan mengenai tinjauan penelitian terdahulu beserta kontribusi bagi penelitian ini :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1.	Judul Penelitian	Pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak (Studi ada Pengguna Aplikasi TikTok Pada remaja di Kota Medan
	Penulis	Fredrick Gerhard Sitorus (Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, tahun 2018)
	Metode Penelitian	Jenis penelitian ini adalah skripsi dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif
	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku anak di Kota Medan
	Teori Penelitian	Penelitian ini menggunakan teori <i>new media</i>
	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel perilaku narsisme, dengan menyesuaikan teori SOR, bahwa media baru berperan sebagai stimulus yang selalu memberikan pesan secara terus-menerus terhadap komunikan sehingga pesan tersebut akan selalu diterima dan memungkinkan untuk mempunyai efek bagi komunikan.

	Kontribusi Penelitian	Menjadi referensi penelitian baik secara teori maupun proses penyusunan penelitian bagi penulis pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung
	Perbedaan Penelitian	Perbedaannya pada perilaku yang diteliti yakni peneliti memfokuskan perilaku narsis sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti perubahan pola perilaku saja.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian terdapat di metode penelitian kuantitatif dan fokus penelitian pada pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja.
2.	Judul Penelitian	Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad
	Penulis	Aliana Yuniar Rahmawati (Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kaligaja Yogyakarta 2019)
	Metode Penelitian	Jenis penelitian ini adalah skripsi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif serta pengambilan data menggunakan kuesioner
	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian yakni untuk mengetahui intensitas menggunakan aplikasi Tik-Tok oleh remaja muslim komunitas Muser Jogja Squad
	Teori Penelitian	Penelitian ini menggunakan teori SOR (Stimulus Organism Respon)
	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad, dengan hasil perhitungan r penelitian (<i>research</i>) hasil dari penelitian menyebutkan bahwa H_a diterima dengan maksud terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme remaja muslim komunitas muser Jogja..
	Kontribusi Penelitian	Menjadi referensi penelitian baik secara teori maupun proses penyusunan penelitian bagi penulis pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung
	Perbedaan Penelitian	Variabel yang diteliti yakni referensi meneliti mengenai intensitas perilaku sedangkan penelitian ini hanya meneliti tentang seberapa besar perilaku narsis pada remaja, dan pada objek penelitian pada penelitian ini yakni remaja yang ada di Kota Bandar Lampung sedangkan referensi meneliti remaja muslim pada komunitas muser Jogja squad.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian terdapat di metode penelitian kuantitatif dan fokus penelitian pada pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja serta keduanya menggunakan teori yang sama.

3.	Judul Penelitian	Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme di Kalangan Mahasiswa
	Penulis	Muhammad David Yusuf Khoirul Muslimin (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara Vol.12, No. 2, Juli-Desember 2020)
	Metode Penelitian	Jenis penelitian ini adalah Jurnal dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei.
	Teori Penelitian	Penelitian ini menggunakan teori media (<i>medium theory</i>) untuk variabel penggunaan instagram dan teori sosial kognitif (<i>social cognitive theory</i>)
	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian yakni untuk melihat adanya pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara
	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini hasil menunjukkan bahwa hasil dari uji hipotesis ditemukan nilai signifikan (sig) variabel penggunaan instagram (X) adalah 0,000., hal ini berarti $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa H_0 diterima, berarti ada pengaruh penggunaan instgram (X) terhadap perilaku narsisme (Y).
	Kontribusi Penelitian	Menjadi refrensi penelitian sebagai proses penyusunan penelitian bagi penulis pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dari peneltian yakni dari platform media yang diteliti yakni refrensi meneliti mengenai instagram sedangkan penelitian ini meneliti tentang TikTok.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian terdapat di metode penelitian kuantitatif dan fokus penelitian pada pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja serta keduanya menggunakan teori yang sama.

Sumber (Peneliti, 2021)

Penelitian yang pertama oleh Fredirck Gehard Sitorus, mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tahun 2018. Penelitian ini menganalisis tentang ”*Pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak (Studi ada Pengguna Aplikasi TikTok Pada remaja di Kota Medan)*”. Masalah yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini menyangkut seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku anak di Kota Medan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa dalam perubahan pola perilaku yang terjadi adalah para remaja tidak dapat membedakan apakah video TikTok yang menjadi viral dan banyak ditonton adalah video yang bermanfaat, bermoral dan bersifat edukasi.

Apabila video tersebut menjadi viral dan banyak disukai, maka mereka juga akan membuat video tersebut dengan versi mereka tersendiri. Kemudian aplikasi TikTok juga dapat menambah tingkat kepercayaan diri mereka dalam mengekspresikan diri mereka untuk menjadi tampil berani. Hubungan dengan penelitan peneliti yakni sama-sama meneliti tentang perilaku remaja yang menggunakan aplikasi TikTok, dan peneliti menjadikan referensi dalam teori *new media* dan pembahasan mengenai pola perilaku di dalam penelitian tersebut. Perbedaannya pada perilaku yang diteliti yakni peneliti memfokuskan perilaku narsis sedangkan referensi hanya meneliti perubahan pola perilaku saja.

Penelitian kedua, skripsi oleh Alfiana Yuniar Rahmawati, mahasiswa Jurusan komunikasi dan penyiaran Islam Universitas Islam Sunan Kaligaja Yogyakarta tahun 2019 dengan judul "*pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad*". Dalam penelitian tersebut, masalah dari penelitian yakni mengetahui diantaranya bagaimana intensitas menggunakan aplikasi TikTok oleh remaja muslim komunitas muser Jogja squad dan bagaimana perilaku narsisme remaja muslim komunitas muser Jogja squad, serta adakah pengaruh antara intensitas menggunakan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme remaja muslim komunitas muser Jogja squad. Hubungan dengan penelitan peneliti yakni sama-sama meneliti tentang perilaku narsis remaja yang menggunakan aplikasi TikTok, dan peneliti menjadikan referensi dalam teori SOR dan pembahasan mengenai bagaimana perilaku narsisme pada remaja muslim di Kota Jogja. Perbedaan dari penelitian yakni pada objek penelitian pada penelitian ini yakni remaja yang ada di Kota Bandar Lampung sedangkan referensi meneliti remaja muslim pada komunitas muser Jogja squad.

Penelitian yang ketiga yakni jurnal Vol.12 No.2 oleh Muhammad David Yusuf, jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Jember tahun 2020. Penelitian ini menganalisis tentang "*Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Di Kalangan Mahasiswa*". masalah

dari penelitian yakni mengetahui diantaranya bagaimana adanya pengaruh pengguna instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam Unisnu Jepara. Hubungan dengan penelitian peneliti yakni sama-sama meneliti tentang perilaku narsis remaja di dalam sebuah platform media, dan perbedaan dari penelitian yakni dari platform media yang diteliti yakni refrensi meneliti mengenai instagram sedangkan penelitian ini meneliti tentang TikTok.

2.2 *New Media*

New media atau media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi yang terdapat bersama dengan komputer digital, dan di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen, artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, yakni beberapa media dijadikan satu (lieviow, 2006:221). *New media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi intelektual dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008:13).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuat menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital juga selalu berhubungan dengan karena media ini adalah sesuatu yang terus berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang menggunakan digital (*modern media/new media*). Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0 (*web two point-oh*), yakni semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun ke dalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai *platform* telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media, sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya

diperbolehkan untuk mengubah informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, youtube, wikipedia, ebay, flicker, second life* dan situs jaringan sosial *online* lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara yakni individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn, 2009:686).

Salah satu bagian dari *new media* adalah “*Network Society*” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal suatu organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20). Mengakses internet membutuhkan koneksi internet dan piranti keras seperti komputer, PDA, *Blackberry* dan lain sebagainya Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas *email, website, newsgroup, e-commerce* dan sebagainya (lieviouw, 2006:221).

2.3 Tinjauan Teori

2.3.1 Teori SOR

Teori SOR (*Stimulus Organism Respon*) pertama kali dikemukakan oleh (Houland, 1953). Teori ini berpendapat bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terdapat komunikasi, dalam hal ini komunikasi diartikan sebagai proses aksi reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Asumsi dasar teori SOR adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang

berkomunikasi (McQuail, 2010:446) Unsur-unsur dalam teori ini adalah :

1. Pesan (Stimulus)

Stimulus (pesan) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak oleh komunikan, apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus tersebut tidak efektif mempengaruhi perhatian individu begitupun sebaliknya, apabila stimulus diterima oleh individu maka stimulus tersebut efektif sehingga berpengaruh pada perubahan perilaku individu.

2. Komunikan (*Organism*)

Setelah stimulus diterima oleh komunikan (*Organism*) maka komunikan akan mengolah stimulus yang diterimanya, sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya atau dengan kata lain mengambil sikap.

3. Efek (Respon)

Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses selanjutnya. Setelah terjadinya perhatian, pengertian, serta penerimaan dari komunikan (*organism*) maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

2.3.2 Teori *Uses And Effect*

Merupakan teori yang berhubungan antara pengguna, media, *audience* dan efek (hasilnya). Teori yang pertama kali dikemukakan Sven Windahl dalam Rohim tahun 2009. Dan merupakan sintesis antara teori tradisional mengenai efek dan teori *uses and gratification*. Jika *uses and gratification* lebih menjelaskan tentang penggunaan media yang ditentukan kebutuhan dasar individu, maka *uses and effect* menjelaskan bahwa kebutuhan hanya menjadi salah satu dari faktor terjadinya penggunaan media. Bagian pokok paling penting dalam pemikiran ini adalah konsep use atau penggunaan itu sendiri (Ade, 2015:10).

Jika dikaitkan dengan penelitian, maka teori ini menekankan tentang penggunaan aplikasi TikTok itu sendiri apakah penggunaan tersebut efektif dan menghasilkan efek bagi penggunanya yakni berperilaku narsis.

Pengetahuan mengenai penggunaan aplikasi TikTok yang penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu perubahan perilaku bagi para remaja di Kota Bandar Lampung. Karakteristik isi dari aplikasi TikTok itu juga menentukan sebagian besar dari *effect* yang akan terjadi. Oleh karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak, yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang kita sebut *consequence* (gabungan antara konsekuensi dan efek), yakni sebagian dari hasil disebabkan oleh isi yang mendorong pembelajaran (efek), dan sebagian lain merupakan hasil dari suatu proses penggunaan media yang secara otomatis mengakumulasi dan menyimpan pengetahuan. Hasil-hasil ini dapat ditemukan pada tataran individu maupun tataran masyarakat khususnya para remaja yang menggunakan aplikasi TikTok.

2.4 Aplikasi TikTok

2.4.1 Pengertian Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi ini adalah aplikasi musik yang digunakan dengan cara *lip-sync* dengan durasi hanya berkisar 15 detik, dengan dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creator*. TikTok adalah platform sosial video pendek yang didukung dengan musik baik itu musik untuk tarian, gaya bebas, ataupun performa, para pencipta didorong untuk berimajinasi sebebaskan-bebasnya dan menyatakan ekspresi mereka dengan bebas. Dirancang untuk generasi baru pencipta, TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek yang unik dengan cepat dan mudah untuk dibagikan dengan teman dan ke seluruh dunia.

TikTok adalah tolak ukur budaya baru untuk pencipta muda yang berusaha untuk memberdayakan lebih banyak jiwa kreatif untuk menjadi bagian dari revolusi konten. Dalam penelitian ini, penggunaan aplikasi TikTok diartikan sebagai seseorang mengakses dan menggunakan aplikasi TikTok sehingga berujung pada perilaku atau respon akibat aplikasi tersebut. Pengguna TikTok berlangsung antara umur 12-21 tahun bagi wanita dan 13-22 tahun bagi pria menurut Mappiare tahun 1982 dalam (Jahja, 2011:218). Umur tersebut dapat dikategorikan termasuk kedalam masa remaja, oleh sebab itu dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna aplikasi TikTok mayoritas adalah remaja. Algoritma TikTok ini memungkinkan sebuah video yang diupload muncul pada halaman FYP atau yang lebih dikenal sebagai *For Your Page*. FYP adalah halaman rekomendasi pada aplikasi TikTok yang akan muncul pertama kali setiap kita membuka aplikasi TikTok. Pada halaman tersebut ada banyak sekali video rekomendasi untuk dilihat, oleh sebab itu banyak user TikTok yang menginginkan kontennya berhasil masuk FYP user TikTok seluruh dunia. Penggunaan aplikasi mempunyai beberapa konten yang akan diteliti pada aplikasi TikTok diantaranya :

1. Tutorial

Konten ini merupakan salah satu jenis konten yang mempunyai berbagai macam isinya seperti dance challenge, berbagai tutorial gerakan-gerakan *dance* dengan iringan musik yang sedang trend yang biasa banyak di temui pada aplikasi TikTok atau bahkan berbagai tutorial tentang hal lain seperti editing foto atau Video.

2. Edukasi – Informasi

Konten yang ada di TikTok bukan hanya menarik saja dengan berbagai jenis hiburan yang ada, tetapi juga memiliki manfaat seperti memeberikan informasi terkini dan juga edukasi diri dengan berbagai pengetahuan di dalamnya. Begitu juga sama halnya dengan instagram, melalui hastag dapat mempermudah konten yang dicari sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

3. *Beauty & Fashion*

Konten ini merupakan trend kecantikan yang sedang berlangsung di

dunia *beauty and fashion* saat ini, pada konten TikTok yang satu ini, bentuknya bisa dilakukan dengan membuat video *mix & match outfit*, atau *makeup challenge* yang bermanfaat bagi para pengguna yang menyukai dunia TikTok yang menyukai dunia *beauty & fashion*.

4. Racun

Racun yang dimaksudkan pada konten ini merupakan suatu tindakan apa saja yang menginfluence *user* agar tertarik pada apa yang dilihat, seperti contoh tentang bahasan rekomendasi produk atau tempat belanja yang berkualitas dengan harga yang murah atau semacam rekomendasi *cafe* yang instagramable buat hunting foto bersama teman-teman. Konten ini biasanya digunakan oleh pebisnis kecil-menengah hingga besar untuk memperkenalkan bisnisnya via TikTok.

5. DIY – *Life Hacks*

Konten ini merupakan suatu karya kreativitas atau eksperimen yang dihasilkan dari kerja tangan *user* TikTok itu sendiri, seperti contoh membuat kerajinan tangan dengan mengandalkan bahan-bahan yang sederhana seperti *tie dye* baju dengan wantek, hal ini membuatnya sangat menarik karena hasilnya bisa di apresiasi dengan *user* yang lainnya dengan isi video yang jelas dan bermanfaat bagi orang lain.

6. *Story Telling*

Konten dengan tema *story telling* dibuat dengan waktu yang singkat agar mudah dipahami dan dimengerti. Konten ini berisikan cerita atau pengalaman *user* TikTok yang diceritakannya kedalam bentuk video dan audio dengan background yang *aesthetic*. Seperti contoh curhat tentang kehidupan pertemanan atau percintaan.

7. Humor –Receh

Konten humor merupakan konten yang berisikan video-video lucu atau *parody* yang menghibur pengguna di TikTok, hal itu menjadi sebuah penghibur bagi pengguna TikTok yang ingin melepaskan penatnya dengan menonton video-video tersebut. Salah satu tujuan dibuatnya konten ini yakni menarik *engagement* bagi para konten kreator untuk

meningkatkan personal branding, baik untuk kebutuhan pekerjaan, sekedar hiburan atau kepuasan akan eksistensi diri.

Sebenarnya aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat video pendek, kreatif, video editing, video musik, yang dapat dibuat dengan mudah di *handphone* atau *smartphone*, dan kemudian berbagai video tersebut dapat saling dibagikan dan ditonton lagi sesama pengguna aplikasi TikTok. Jadi semua konten video yang bernuansa TikTok ini merupakan video yang dibuat atau diedit dengan menggunakan aplikasi TikTok. Masalah baik atau buruknya konten video yang ada. Semuanya tergantung dari di pengguna aplikasi TikTok ini.

2.4.2 Sejarah Aplikasi TikTok

Aplikasi Tiktok mulai di rancang pada tahun 2014, Alex Zhu mendirikan perusahaan yang menjadi awal terbentuknya aplikasi *musically* berbasis video yakni aplikasi sebelum TikTok diciptakan. Alex Zhu berniat membuat sebuah aplikasi video singkat untuk pendidikan bernama Cicada. Zhu mengandalkan pendanaan sebesar US\$250.000 (sekitar Rp 3,1 milyar) untuk mendirikan *startup* tersebut, namun, seiring berjalannya waktu, aplikasi ini tidak mendapatkan banyak pengguna. Hingga akhirnya Zhu memiliki ide untuk mengubah aplikasi Cicada menjadi aplikasi video hiburan, serta mengganti namanya menjadi *musically*. *Musically* berkembang maju saat itu. Kemajuan ini mengundang investor untuk memberikan pendanaan, pada bulan Agustus 2015, *musically* berhasil meraih pendanaan seri B sebesar US\$ 16,6 juta (sekitar Rp 240 miliar) yang dipimpin oleh *Sosquehanna International Group*. Setahun kemudian, mereka juga berhasil meraih pendanaan seri C sebesar US\$ 130 juta (sekitar Rp 1,8 triliun) yang dipimpin oleh GGV Capital GX Capital dan Qiming Venture Partners.

Melihat perkembangan *musically* yang sangat pesat, perusahaan teknologi asal Cina yang bernama ByteDance memutuskan untuk membuat aplikasi serupa bernama Douyin. ByteDance didirikan oleh pengusaha Zhang Yiming pada tahun 2012. Untuk pengguna di luar Cina, aplikasi ini terkenal

dengan nama TikTok. Demi menarik perhatian pengguna, *musically* memutuskan untuk masuk ke Indonesia pada pertengahan 2017, disaat yang hampir bersamaan, TikTok pun juga mengikuti masuk ke pasaran Indonesia. Menjelang akhir 2017, ByteDance memutuskan untuk mengakuisisi *musically* dengan nilai sebesar US\$ 1 miliar (sekitar Rp 14 triliun). Alex Zhu sebagai pendiri *musically* menempati posisi sebagai senior Vice President TikTok. Setelah beroperasi secara terpisah sekitar setengah tahun, ByteDance mengambil langkah besar dengan menyatukan *musically* dan TikTok. Perpaduan *platform* ini sekaligus memungkinkan pengguna terlibat dengan jaringan yang lebih luas, seperti di Amerika Utara, Amerika Latin, Eropa, Timur Tengah, Afrika dan Asia. Sehingga TikTok mulai di kenal luas di seluruh dunia dan menjadi aplikasi paling banyak diminati karena fitur-fitur menarik yang dimilikinya yang hanya ada di TikTok.

2.4.3 Cara Penggunaan Aplikasi TikTok

Adapun cara-cara dalam mengunduh dan menggunakan aplikasi TikTok adalah sebagai berikut :

1. Cara mengunduh aplikasi TikTok

Sebelum mengetahui cara menggunakan aplikasi TikTok, tentunya harus memiliki aplikasi TikTok terlebih dahulu. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis melalui *play store* untuk android dan *app store* untuk pengguna iphone. Cara mengunduhnya sangat mudah berikut langkahnya :

- a. Masuk ke aplikasi *play store* atau *app store*.
- b. Lalu, *search* di mesin pencarian dengan mengetikkan TikTok.
- c. Kemudian, *install* aplikasinya

2. Log In akun tikok

Aplikasi TikTok sudah dimiliki, kemudian kini harus masuk atau *log in* akun aplikasi TikTok terlebih dahulu, karena apabila tidak *log in* maka akan kesulitan untuk menyimpan hasil rekaman dan edit video di TikTok, juga setiap hasil video yang anda buat akan secara otomatis disimpan ke dalam *draft* akun TikTok yang telah dibuat. Berikut cara *log in* aplikasi TikTok :

- a. Masuk ke dalam aplikasi TikTok yang sudah di unduh sebelumnya.
- b. Kemudian langsung klik simbol orang yang ada di bagian pojok kanan bawah.
- c. Lalu, akan keluar pilihan dan bisa *log in* dengan akun terhubung seperti facebook, instagram, atau google. Pilih salah satunya saja.

3. Cara merekam video

Yang paling utama sebelum mengedit video di TikTok, pengguna harus merekam video terlebih dahulu. Cara menggunakan aplikasi TikTok berikut ini bisa dilakukan dengan langkah-langkah dibawah ini :

- a. Masuk ke aplikasi TikTok yang sudah di unduh.
- b. Untuk merekam video, anda bisa langsung klik simbol (+) pada bagian tengah.

Kemudian anda bisa langsung pilih *genre* musik yang diinginkan. Sedikit informasi bahwa anda bisa memilih *genre* lagu apapun, sebab TikTok memiliki daftar lagu yang cukup lengkap mulai dari lagu lokal, korea, juga *western*. Klik *more* untuk dapatkan berbagai *gendre* lagu lainnya. setelah anda menentukan *genre* ata kategori lagu yang diinginkan, secara otomatis TikTok akan menampilkan semua daftar lagunya, di sini sebagai contoh memilih lagu K-POP dan memilih *lagu way back home* dari shaun, setelah itu klik lagu tersebut, dan klik *confirm to use and begin shooting*, pada proses pembuatan video ini juga dapat memilih tipe gerakan video antara *epic*, *slow*, *Normal*, *Fast* atau *flash*, dapat dipilih salah satunya saja. Jika sudah klik *effects*, maka secara otomatis TikTok akan menampilkan beragam efek yang bisa di unduh terlebih dahulu. Klik saka pada efek yang diinginkan dan secara otomatis efek tersebut akan diaplikasikan ke dalam video, jika sudah merasa lengkap dan cocok dengan semua efekya, maka langsung saja rekam videonya. Anda bisa klik *hold* namun jika merasa repot untuk terus menekan *hold*, maka bisa langsung menggesernya pada bagian *tap shooting*, jadi hanya perlu satu kali klik untuk merekam video.

4. Cara edit video yang sudah direkam

Selesai merekam video maka tak lengkap rasanya jika belum diedit. Untuk mengeditnya pun sangat mudah dan simpel. Berikut bisa diikuti beberapa cara di sini :

- a. Setelah selesai merekam, maka secara otomatis akan ditampilkan beberapa pilihan. Anda bisa langsung menyimpan hasil rekaman atau anda ingin mengedit rekamannya terlebih dahulu, untuk mengeditnya, TikTok menyiapkan tiga fitur edit yaitu *edit music*, *sound*, dan *special effects*.
- b. Mulai dari mengedit lagu, maka anda bisa langsung klik *edit music*. Fitur ini hanya untuk memilih bagian lagu saja, caranya dengan menggeser simbol kuning ke kanan dan ke kiri, jika anda sudah memilih bagian lagu yang diinginkan, maka anda bisa langsung klik tanda *checkbox* yang ada di dalam kotak berwarna *pink*.
- c. Untuk mengedit suara, anda bisa langsung klik *sound*. Dengan fitur ini, anda bisa menentukan seberapa besar volume untuk *original soundtrack* dan *soundtrack*. Anda bisa menggeser setiap bulatan putih untuk menentukan volumenya. Setelah itu, anda bisa klik tanda *checkbox*.
- d. Sudah selesai dengan musik dan *sound*, saatnya anda menambahkan efek menarik untuk video. Caranya, anda bisa klik pada fitur *special effects*, dibagian *filter effects*, anda bisa pilih beragam efek seperti *shake*, *illusion*, *black magic*, dan lainnya, pilih dan klik salah satunya saja.
- e. Setelah selesai dengan *filter effects*, anda bisa mengedit *time effects*, guna dari *time effects* ini adalah untuk memberikan efek di durasi video tertentu. Klik salah satu efeknya, kemudian aturlah penempatan efeknya dengan menggeser bulatan hijau di bagian durasi video, jika sudah dirasa cukup, anda bisa langsung klik *save* di bagian pojok kanan atas.
- f. Lalu bisa menyimpan hasilnya dengan klik *draft*.
- g. Namun, jika anda ingin langsung meng-*upload* maka klik *post*.

5. Cara melihat video rekaman di TikTok

Aplikasi TikTok tidak hanya untuk membuat dan mengedit video saja, anda juga bisa menonton hasil edit video para pengguna TikTok lainnya. caranya sangat mudah seperti berikut ini :

- a. Masuk ke aplikasi TikTok dan langsung pilih simbol seperti planet.
- b. Kemudian, TikTok akan menampilkan semua video karya orang lain. TikTok juga menampilkan setiap video terpopuler. Anda bisa klik salah satunya atau *scroll down* untuk mencari video yang ingin ditonton. (Sinyal.com, 2018)

2.4.4 Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok

Intensitas diartikan sebagai keadaan tingkatan atau ukuran, dalam kehidupan sehari-hari, intensitas dapat diartikan sebagai tingkat keseringan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sedangkan pengertian menggunakan adalah proses, cara, atau perbuatan menggunakan sesuatu. Intensitas dalam penelitian ini penggunaan dari aplikasi TikTok diartikan sebagai seberapa sering seseorang mengakses aplikasi TikTok sehingga berujung pada perilaku atau respon akibat aplikasi tersebut. Dari pengertian intensitas diatas, dapat diambil unsur dalam intensitas penggunaan aplikasi TikTok, yaitu bagaimana remaja menggunakan aplikasi TikTok, seberapa sering mengakses aplikasi tktok, serta waktu yang dihabiskan untuk mengakses aplikasi tersebut. Pengukuran intensitas itu menyangkut sikap atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang sebagai obyek yang terarah pada obyek. Suatu sikap yang dilakukan secara intensif akan mempengaruhi sikap yang lainnya. sebagaimana teori yang disampaikan Borgatus bahwa komponen afektif akan selalu berhubungan dengan komponen kognitif dan hubungan tersebut dalam keadaan konsisten, hal ini berarti jika seseorang mempunyai sikap positif terhadap suatu obyek, maka indeks kognitifnya juga akan tinggi, dan indikator intensitas menurut (Fishben dan Ajzen, 1975 : 205) adalah sebagai berikut :

1. Perhatian

Perhatian atau daya konsentrasi merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku, hal ini diilustrasikan dengan

adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon, dan responnya berupa tersitanya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud. Perhatian dalam penggunaan aplikasi TikTok berarti berupa tersitanya perhatian maupun waktu dan tenaga individu untuk mengakses maupun membuat konten melalui aplikasi tersebut.

2. Penghayatan

Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Penghayatan penggunaan aplikasi TikTok berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap isi atau konten yang ada di dalam aplikasi tersebut, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.

3. Durasi

Durasi merupakan lamanya waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi penggunaan aplikasi TikTok berarti lama waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan aplikasi tersebut, seperti membuat konten video kreatif maupun melihat video kreatif dari pengguna TikTok yang lainnya.

4. Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Aktivitas menggunakan aplikasi TikTok setiap orang berbeda-beda. Tergantung pada frekuensi atau tingkat keseringan dalam mengakses aplikasi tersebut.

2.5 Perilaku Narsis

Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan narsis merupakan salah satu penyimpangan kepribadian mental seseorang yang memiliki perasaan berlebihan bahwa dirinya yang paling penting, dan menginginkan untuk selalu dikagumi. Istilah ini pertama kali digunakan dalam psikologi oleh Sigmund Freud dengan mengambil dari tokoh dalam mitos Yunani, Narkissos (bahasa latin : *Narcissus*), yang dikutuk sehingga ia mengagumi banyangannya sendiri di

kolam. Tanpa sengaja ia menjulurkan tangannya sehingga ia tenggelam dan tumbuh bunga yang sampai sekarang disebut bunga narsis, hal inilah yang akhirnya menjadi dasar mengapa orang-orang yang terdahulu berlebihan dalam mengagumi dirinya sendiri disebut narsis. Seseorang yang narsis meyakini bahwa mereka adalah orang-orang yang lebih unggul dari pada orang lain dan kurang bisa menghargai perasaan orang lain, namun dibalik rasa percaya dirinya yang teramat kuat, sebenarnya orang narsis memiliki penghargaan terhadap diri sendiri yang lemah, mudah tersinggung meskipun terhadap kritikan kecil. Narsis memiliki sebuah peranan yang sehat dalam artian membiaskan seseorang untuk berhenti bergantung pada standar dan prestasi orang lain demi membuat dirinya bahagia, namun apabila jumlahnya berlebihan, dapat menjadi suatu kelainan kepribadian yang bersifat patologis. Seseorang yang narsis biasanya memiliki rasa percaya diri yang sangat kuat, namun apabila narsis yang dimilikinya sudah mengarah pada kelainan yang bersifat patologis, maka rasa percaya diri yang kuat tersebut dapat digolongkan sebagai bentuk rasa percaya diri tidak sehat, karena hanya memandang dirinya lah yang paling hebat dari orang lain.

Narsisme merupakan kondisi pengalaman seseorang yang di rasakan sebagai sesuatu yang benar-benar nyata hanyalah tubuhnya, kebutuhannya, perasaannya, pikirannya, serta benda atau orang-orang. Sebaliknya, orang atau kelompok lain yang tidak menjadi bagiannya senantiasa dianggap tidak nyata, tidak memiliki arti, dan karenanya tidak perlu dihiraukan, ketika yang lain itu dianggap sebagai ancaman, apapun bisa dilakukan, melalui agresi sekalipun, dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku narsis ditandai dengan kecenderungan untuk memandang dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian selain itu juga tumbuh perasaan paling mampu dan paling unik. Gangguan kepribadian narsistik adalah pola berulang dari kesombongan, kecongkahan, dan egoisme yang menjauhkan dari pergaulan. menurut (Dr. Sam Vaknin, 2007:12) kepribadian narsis seseorang dapat dilihat dari beberapa aspek berikut.

1. Memiliki perasaan grandiose (perasaan megah) dan *self-important*
Jika seseorang merasa dirinya paling megah atau penting, maka ia tidak akan malu untuk memamerkan apa saja yang bisa memperkuat citranya tersebut. Selain itu untuk mendukung citra yang dibentuknya sendiri, individu rela menggunakan segala cara untuk mewujudkannya.
2. Dipengaruhi dengan fantasi
Fantasi yang dimaksud adalah fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan dan lain sebagainya.
3. Merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial
Merasa dirinya paling hebat diantara orang lain, sehingga ia akan cenderung untuk menguasai suatu keadaan atau lingkungan.
4. Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi
Seseorang membutuhkan kekaguman yang berlebihan dari orang lain. Serta ingin menjadi seseorang yang terkenal.
5. Mengeksploitasi hubungan interpersonal
Memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuan sendiri. Misalnya mengeksploitasi hubungan dengan teman untuk memenuhi kebutuhan pribadinya.
6. Memiliki perasaan iri
Merasa iri dengan kelebihan orang lain serta merasa orang lain juga iri terhadapnya.
7. Berperilaku sombong dan angkuh
Merasa lebih tahu dan mengerti tentang banyak hal dibandingkan dengan orang lain, sehingga cenderung untuk merendahkan orang lain.

2.6 Remaja

2.6.1 Pengertian Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Masa ini ditandai dengan perubahan-perubahan fisik umum serta perkembangan kognitif dan sosial. *World Health Organization* (WHO) mendefinisikan remaja (Sarlito, 2018:12) adalah suatu masa ketika :

1. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.

2. Individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.
3. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

2.6.2 Batasam Usia Remaja

Terdapat batasan usia remaja yang difokuskan pada upaya meninggalkan sikap perilaku kekanak-kanakan untuk mencapai kemampuan bersikap dan berperilaku dewasa. Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara 12 hingga 24 tahun. Menurut (kartono, 1995:56) remaja dibagi menjadi tiga fase yaitu :

1. Remaja Awal (12-15 Tahun)

Pada masa ini, remaja mengalami perubahan jasmani yang sangat pesat dan perkembangan intelektual yang intensif, sehingga minat anak pada dunia luar sangat besar dan pada saat ini remaja tidak mau dianggap kanak-kanak lagi namun belum bisa meninggalkan pola kekanak-kanakannya. Selain itu pada masa ini remaja sering merasa sunyi, ragu-ragu, tidak stabil, tidak puas dan merasa kecewa.

2. Remaja Pertengahan (15-18 Tahun)

Kepribadian remaja pada masa ini masih kekanak-kanakan tetapi pada masa remaja ini timbul unsur baru yaitu kesadaran akan kepribadian dan kehidupan badaniah sendiri. Remaja mulai menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan terhadap pemikiran filosofis dan etis. Rasa percaya diri pada remaja menimbulkan kesanggupan pada dirinya untuk melakukan penilaian terhadap tingkah laku yang dilakukannya. Selain itu, pada masa ini remaja menemukan diri sendiri atau jati dirinya.

3. Remaja akhir (18-24 Tahun)

Pada masa ini remaja sudah mantap dan stabil. Remaja sudah mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri. Remaja mulai memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas yang baru ditemukannya.

2.7 Kerangka Pikir

Munculnya media baru dapat memberikan efek bagi khalayak. Misalnya media aplikasi TikTok yang marak dikalangan remaja. Konten serta fitur-fitur menarik yang disajikan di dalam aplikasi ini mampu menarik perhatian remaja untuk dapat masuk dalam kecanggihan teknologi ini. Lahirnya aplikasi TikTok bertujuan sebagai media hiburan, melihat kebutuhan hiburan masyarakat semakin hari semakin meningkat, dengan adanya aplikasi TikTok ini, khalayak dapat membuat video pendek berdurasi sekitar 15 detik dengan gaya tarian maupun *performa* yang disukai. Khalayak juga dapat memilih lagu untuk mengiringi gaya tersebut sesuai keinginan. Seperti pada teori SOR mengenai efek komunikasi massa. Teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan dari ilmu psikologi yang memandang bahwa psikologi dengan komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu jiwa manusia. Teori ini menunjukkan bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*source*) sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang. Khususnya media baru seperti aplikasi TikTok, tentu dapat memenuhi kebutuhan hiburan khalayak yang juga berdampak pada perubahan perilaku.

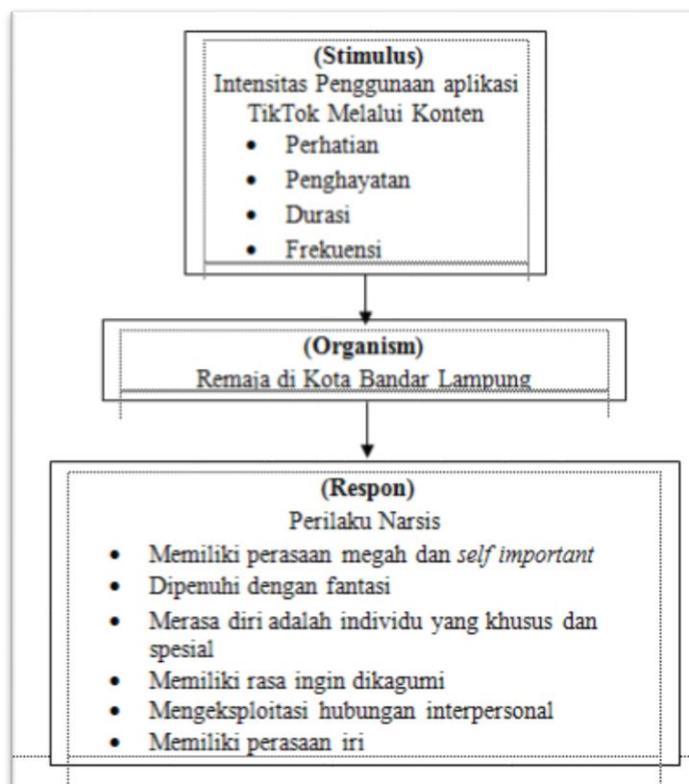
Bentuk efek atau perubahan perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku narsis. Perilaku narsis adalah perasaan cinta terhadap diri sendiri secara berlebihan. Menurut (Dr.Sam Vaknin, 2007:12) kepribadian narsis seseorang dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya :

1. memiliki perasaan *grandiose* (perasaan megah) dan *self-important* yaitu merasa bahwa dirinya lah yang paling penting dan paling berpengaruh dalam kehidupan bersosial,
2. dipenuhi dengan fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan atau cinta sejati,
3. merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial diantara orang lain,
4. memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi oleh orang lain,
5. mengeksploitasi hubungan interpersonal,

6. memiliki perasaan iri terhadap kelebihan orang lain atau menganggap orang lain iri dengan kelebihannya,

7. berperilaku sombong dan angkuh dalam kehidupan sehari-hari.

Perubahan perilaku yang dilakukan oleh khalayak, muncul sebagai efek dari penggunaan fitur-fitur serta konten dari aplikasi TikTok. Perilaku narsis akan terbentuk ketika intensitas penggunaan aplikasi TikTok oleh khalayak tinggi, dalam teori SOR intensitas penggunaan aplikasi TikTok masuk dalam kategori stimulus. Artinya semakin sering khalayak menggunakan aplikasi TikTok maka akan semakin sering mendapatkan efek, sehingga perilaku narsis akan semakin tinggi untuk dilakukan. Selain itu, adanya efek dari penggunaan aplikasi TikTok ini tentu tidak lepas dari adanya pengguna aplikasi itu sendiri, dalam teori ini, pengguna aplikasi TikTok dikategorikan sebagai komunikan atau organisme yakni remaja di Kota Bandar Lampung. Sedangkan efek media yaitu perilaku narsis masuk dalam kategori respon atau tindakan yang dilakukan. Untuk mempermudah dalam memahami pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis remaja di Kota Bandar Lampung dilihat dari kerangka penelitian berikut :



Gambar 5. Kerangka Penelitian.

2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji secara empiris (Erwan Dyah, 2007:137). Maka, hipotesis dari penelitian ini adalah :

H_0 = Tidak ada pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsime pada remaja di Kota Bandar Lampung.

H_a = Ada pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsime pada remaja di Kota Bandar Lampung.

Berkaitan dengan judul penelitian ini, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti adalah “ H_a ” diterima, yang artinya bahwa intensitas penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap perilaku narsime pada remaja di Kota Bandar Lampung. Sedangkan “ H_0 ” ditolak, yang artinya intensitas penggunaan aplikasi TikTok tidak berpengaruh terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif (Sudjana, 2001:64), mendefinisikan penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:2). Penelitian deskriptif asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016:53). metode ini peneliti dapat mengetahui ukuran seberapa besar jumlah pengaruh dari penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri di media sosial instagram pada remaja di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini akan dilakukan dengan cara survey kepada remaja yang ada di Kota Bandar Lampung untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung.

3.2. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Berdasarkan judul penelitian, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsis pada Remaja di Kota Bandar Lampung” maka :

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel yang lain (Sugiyono, 2011:61). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengaruh Intensitas “Penggunaan Aplikasi TikTok”, dan variabel bebas ini ditandai dengan simbol X.

b. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat sering juga disebut dengan variabel tak bebas. Variabel tak bebas adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Sugiyono, 2011:61). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah “Perilaku Narsis pada Remaja di Kota Bandar Lampung”, variabel terikat ini ditandai dengan simbol Y.

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut dilapangan (Singarimbun, 2008:43). Berdasarkan definisi tersebut maka definisi konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan aplikasi TikTok

Intensitas merupakan keadaan tingkatan atau ukuran. Dalam kehidupan sehari-hari, intensitas dapat diartikan sebagai tingkat keseringan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Jadi intensitas secara sederhana dapat dirumuskan sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang secara terus menerus untuk mencapai tujuan. Kata intensitas sangat erat kaitannya dengan motivasi, intensitas merupakan realitas dari motivasi dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan. Motivasi mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ia inginkan dan apa yang hendak ia lakukan, dalam kaitannya dengan penelitian ini, intensitas tentu tak lepas dari motivasi apa yang melatarbelakngi remaja untuk menggunakan aplikasi TikTok.

(Fishben dan Ajzen, 1975 : 205) membagi intensitas menjadi empat aspek.

- a. Perhatian atau daya konsentrasi dalam menggunakan aplikasi TikTok

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya kebutuhan khalayak dalam memperoleh hiburan. Kebutuhan akan objek ini membuat khalayak akan terus mengonsumsi aplikasi tersebut. Perhatian dalam penggunaan aplikasi TikTok berarti berupa tersitanya perhatian maupun waktu dan tenaga khalayak untuk mengakses maupun membuat konten melalui aplikasi tersebut.

- b. Penghayatan terhadap isi konten pada aplikasi TikTok

Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Penghayatan penggunaan aplikasi tiktok berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap isi atau konten yang ada di dalam aplikasi tersebut, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.

- c. Durasi atau kualitas kedalaman khalayak dalam menggunakan aplikasi TikTok

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu dalam melakukan aktivitas menggunakan aplikasi. Durasi penggunaan aplikasi TikTok berarti lama waktu yang dibutuhkan khalayak untuk menggunakan aplikasi tersebut, seperti membuat konten video kreatif maupun melihat video kreatif dari pengguna TikTok yang lainnya.

- d. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Aktivitas menggunakan aplikasi TikTok setiap orang berbeda-beda. Tergantung pada frekuensi atau tingkat keserangan dalam mengakses aplikasi tersebut.

2. Perilaku Narsis

Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku narsis disebut *Narcissistic Personality Disorder* (NPD) adalah gangguan psikologis ketika seseorang memiliki rasa percaya diri yang sangat tinggi untuk kepentingan pribadinya dan rasa ingin dikagumi. Gangguan kepribadian narsistik adalah pola berulang dari kesombongan, kecongkahan, dan egoisme yang menjauhkan dari pergaulan. Menurut (Dr.Sam Vaknin, 2007:12) kepribadian narsis seseorang dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

- a. Memiliki perasaan *grandiose* (perasaan megah) dan *self-important* (merasa diri adalah individu yang paling penting)
- b. Dipenuhi dengan fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan dan lain sebagainya.
- c. Merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial dibandingkan dengan orang lain.
- d. Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi serta ingin menjadi seseorang yang terkenal.
- e. Mengeksploitasi hubungan interpersonal untuk memenuhi kebutuhan pribadinya.
- f. Memiliki perasaan iri terhadap kelebihan orang lain
- g. Berperilaku sombong dan angkuh, sehingga memiliki kecenderungan untuk merendahkan orang lain.

3.3.1 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur dengan membaca definisi operasional dalam penelitian, maka kita akan mengetahui baik buruknya variabel tersebut (Singarimbun dan Effendi, 2008:43).

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel X (Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok)

Intensitas Menggunakan aplikasi TikTok diartikan sebagai seberapa sering seseorang mengakses aplikasi TikTok sehingga berujung pada perilaku atau respon akibat aplikasi tersebut. Adapun indikator

intensitas penggunaan aplikasi TikTok menurut W.J.S Purwadarminta sebagai berikut:

- a. Perhatian, ketertarikan khalayak untuk menggunakan aplikasi TikTok
- b. Penghayatan, pemahaman khalayak dalam menggunakan aplikasi TikTok
- c. Durasi, lamanya menggunakan aplikasi tikok
- d. Frekuensi, kekerapan menggunakan aplikasi TikTok

2. Variabel Y (Perilaku Narsis)

Perilaku narsis ditandai dengan kecenderungan untuk memandangi dirinya dengan cara yang berlebihan, senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian selain itu juga tumbuh perasaan paling mampu dan paling unik. Gangguan kepribadian narsistik adalah pola berulang dari kesombongan, kecongkahan, dan egoisme yang menjauhkan dari pergaulan. Menurut Dr.Sam Vaknin, kepribadian narsis seseorang dapat dilihat dari beberapa indikator berikut ini

- a. Memiliki perasaan *grandiose* (perasaan megah) dan *self-important*
- b. Dipenuhi dengan fantasi
- c. Merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial
- d. Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi
- e. Mengeksploitasi hubungan interpersonal
- f. Memiliki perasaan iri
- g. Berperilaku sombong dan angkuh.

Tabel 2. Indikator Definisi Operasional.

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X)	Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> • Ketertarikan khalayak untuk menggunakan untuk aplikasi TikTok • Ketertarikan khalayak untuk menonton video di aplikasi TikTok • Ketertarikan khalayak untuk membuat video konten di 	<i>Likert</i>

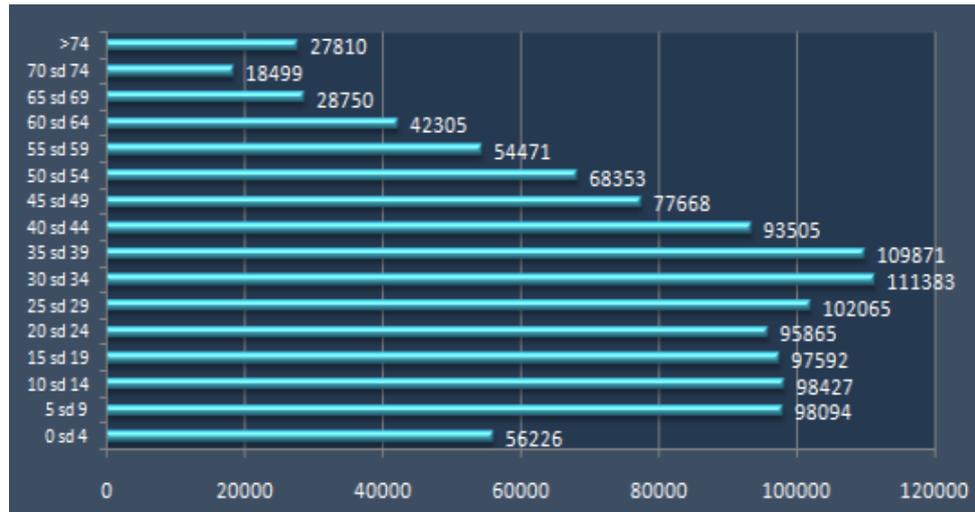
		aplikasi TikTok	
	Penghayatan	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman khalayak dalam menggunakan aplikasi TikTok • Pemahaman khalayak dalam menonton video di aplikasi TikTok • Pemahaman khalayak dalam membuat video konten di aplikasi TikTok 	
	Durasi	<ul style="list-style-type: none"> • Lamanya menggunakan aplikasi TikTok • Lamanya menonton video di aplikasi TikTok • Lamanya membuat video konten di aplikasi TikTok 	
	Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> • Kekerapan menggunakan aplikasi TikTok • Kekerapan menonton konten video di aplikasi TikTok • Kekerapan membuat konten video di aplikasi TikTok 	
Perilaku Narsis pada Remaja di Kota Bandar Lampung (Y)	Memiliki perasaan megah dan <i>self important</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memamerkan apa yang bisa memperkuat citra dari penggunaan aplikasi TikTok • Menggunakan segala cara untuk mewujudkannya citra pribadi dari penggunaan aplikasi TikTok 	<i>Likert</i>
	Dipenuhi dengan fantasi	<ul style="list-style-type: none"> • Berfantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan dan lain sebagainya dari penggunaan aplikasi TikTok 	
	Merasa diri adalah individu yang khusus dan spesial	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa paling hebat atau trendi diantara orang lain dengan menggunakan aplikasi TikTok • Menguasai suatu keadaan atau lingkungan dari menonton dan menggunakan aplikasi TikTok 	
	Memiliki rasa ingin dikagumi	<ul style="list-style-type: none"> • Kekaguman yang berlebih terhadap diri sendiri dari penggunaan aplikasi TikTok 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Ingin menjadi seseorang yang terkenal melalui penggunaan aplikasi TikTok 	
	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan orang lain atau teman untuk mencapai tujuan pribadi dari penggunaan aplikasi TikTok 	
	Memiliki perasaan iri	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa iri dengan kelebihan orang lain yang di tanyangkan di aplikasi TikTok 	
	Berperilaku sombong dan angkuh	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa lebih tahu menggunakan aplikasi TikTok • Mengerti tentang banyak hal mengenai aplikasi TikTok • Merendahkan orang lain melalui aplikasi TikTok 	

Sumber : Diolah Peneliti (Februari, 2021).

3.4 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:117). Populasi adalah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun dan Effendi, 1987:152). Populasi dalam penelitian ini yang didapat peneliti adalah masyarakat Kota Bandar Lampung dengan rata-rata umur 15-24 tahun baik itu laki-laki ataupun perempuan di Kota Bandar Lampung. Pemilihan populasi ini, diharapkan peneliti memperoleh informasi dari khalayak yang tepat sesuai dengan kriteria yang di buat. Sebelumnya, peneliti telah melakukan Pra-Riset dan mendapatkan populasi masyarakat berdasarkan umur yang ada di Kota bandar Lampung sebanyak 193.457 remaja yang bersumber dari dinas kependudukan dan pencatatan sipil Kota Bandar Lampung tahun 2019. Adapun perincian data populasi tersebut.



Sumber : (Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil
Kota Bandar Lampung, 2019)

Gambar 6. Data Masyarakat Kota Bandar Lampung Berdasarkan Usia

Remaja berusia 15-24 yakni sebesar 193.457. Peneliti menggunakan populasi ini, dikarenakan peneliti tinggal di Kota Bandar Lampung. Sehingga keterjangkauan tempat, mempermudah peneliti untuk mendapatkan data responden.

3.5 Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel contoh yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh, atau dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya (Arikunto, 2006:130). pengambilan sampel pada penelitian ini berdasarkan kriteria berikut :

1. Remaja yang tinggal di Kota Bandar Lampung
2. Remaja yang tinggal di Kota Bandar Lampung yang berusia 15-24 tahun
3. Remaja yang tinggal di Kota Bandar Lampung yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi TikTok

3.5.2 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2017:82). Berdasarkan definisi diatas maka teknik sampling merupakan teknik untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Pemilihan sampel dengan metode yang tepat dapat menggambarkan kondisi populasi sesungguhnya yang akurat, dan dapat menghemat biaya penelitian secara efektif. Idealnya, sampel haruslah benar-benar menggambarkan atau mewakili karakteristik populasi yang sebenarnya. Dalam menentukan rancangan sampling, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Karena peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada remaja yang ada di Kota Bandar Lampung. Menurut (Sugiyono. 2016:124) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir adalah $e=0,1$ (10%)

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi, rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah 10% - 20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 193.457 sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian, oleh sebab itu untuk mengetahui jumlah sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{193.457}{1 + 193.457 (0,1)}$$

$$n = \frac{193.457}{1.934,58}$$

$n = (99,999)$ dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 100 responden dari seluruh total populasi remaja di Kota Bandar Lampung, hal ini dilakukan guna mempermudah peneliti dalam mengolah data dan untuk mendatkan hasil pengujian yang lebih baik. Metode pemilihan sampel yang digunakan peneliti adalah *accidental sampling*, dengan cara pengambilan sampel melalui kuesioner *online* dengan menggunakan google form yang akan disebarluaskan oleh peneliti.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dikelompokkan berdasarkan jenis dan posisinya, mulai dari yang paling nyata sampai dengan yang paling samar-samar, dan mulai dari yang paling terlibat sampai dengan yang bersifat sekunder (Siregar, 2013:44). Sumber-sumber penelitian dibedakan berdasarkan jenis data yang diperlukan secara umum dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2011:141).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian (Sugiyono, 2011:141). Data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil penyebaran kuisisioner kepada Remaja di Kota Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang di teliti (Sugiyono, 2011:141). Data sekunder ini dapat berupa buku-buku atau jurnal mengenai perilaku narsis, TikTok , dan buku-buku lain sejenis yang berhubungan dengan pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan :

1. Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui (Arikunto, 2010:194). Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013:107). Pada penelitian ini, kuesioner dibuat pada google form dan akan disebarakan secara *online* kepada 100 responden yang merupakan remaja di Kota Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi TikTok.

2. Observasi

yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Seorang peneliti dapat mengetahui gejala motivasi manusia, gejala alam, dan apabila objek yang diteliti tidak begitu besar. Dengan menggunakan teknik observasi

3. Studi kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data tambahan dari berbagai referensi berupa buku, jurnal, arsip, agenda, internet dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara atau rumus tertentu (Hasan, 2006:24). Pengolahan data bertujuan mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut (Sudjana, 2001:128).

Pengolahan data meliputi kegiatan (Hasan, 2006:24) :

1. Tahap Pengeditan Data

Tahap ini adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

2. Tahap Penyandian

Pada tahap ini pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam katagori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.

3. Pemberian Skor atau Nilai

Dalam pemberian skor digunakan skala Likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam lima tingkatan dengan penilaian sebagai berikut:

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sudjana, 2001:128).

4. Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan. Tabel hasil tabulasi dapat berbentuk :

- a. Tabel pemindahan, yaitu tabel tempat memindahkan kode-kode dari kuesioner atau pencatatan pengamatan. Tabel ini berfungsi sebagai arsip.
- b. Tabel analisis, tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisa (Hasan, 2006:20).

3.9 Teknik Pemberian Skor

Kriteria pengukuran dan pemberian skor dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan skala *Likert*, yaitu responden dihadapkan dengan pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Masing-masing alternatif jawaban diberi skor 1-5. Skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi sekelompok orang mengenai suatu fenomena. Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan diberi lima alternatif jawaban, yaitu A, B, C, D, dan E. Penentuan skor untuk masing-masing alternatif jawaban adalah :

- a. Alternatif jawaban (a), diberi skor 5, menunjukkan kategori sangat tinggi
- b. Alternatif jawaban (b), diberi skor 4, menunjukkan kategori tinggi
- c. Alternatif jawaban (c), diberi skor 3, menunjukkan kategori sedang
- d. Alternatif jawaban (d), diberi skor 2, menunjukkan kategori rendah
- e. Alternatif jawaban (e), diberi skor 1, menunjukkan kategori sangat rendah (Sugiyono, 2011:7).

3.10 Teknik Pengujian Instrumen

Untuk mendapatkan kebenaran data, maka instrumen harus memenuhi persyaratan. Instrumen yang baik dalam penelitian harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel, instrumen harus melalui tahap uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut.

3.10.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2009:172).

Pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, menurut Sugiyono adalah dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Adapun kriteria yang harus di penuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Rumus korelasi Person *Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total (Arikunto, 2010:111).

3.10.2 Uji Realiabilitas

Uji Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Instrumen yang sudah bisa dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga, apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali diambil pun data tersebut akan sama. Reliabel artinya dapat dipercaya (Arikunto, 2010:211). Adapun metode pengujian reabilitas, menggunakan rumus *Cronbach Alpha* melalui

bantuan aplikasi *IBM SPSS 25*. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya suatu instrumen adalah :

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* > dari 0.6 maka kuisisioner dinyatakan reliabel.
2. Apabila nilai *Cronbach Alpha* < dari 0.6 maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel (V. Wiratna Sujarweni, 2014:192). Rumus untuk menghitung reliabilitas instrumen dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai Reliabilitas

k = Jumlah Item Pertanyaan

Σ = Nilai Varian Masing-Masing Item

σ_t^2 = Nilai Varian Total

3.11 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang tengah diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010:12). Analisis dalam menentukan tingkat persentase terkait dengan hasil perhitungan nilai dari setiap dimensi soal, menggunakan rumus yang dikemukakan oleh (Muhammad, 2010:158) sebagai berikut :

$$P = \frac{F_x}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Besarnya Persentase

F : Jumlah nilai yang diperoleh diseluruh item

N : Jumlah berkalian seluruh item dengan responden

3.11.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui besarnya pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri di media sosial Instagram, maka dalam penelitian ini digunakan rumus statistik regresi linier sederhana (Sugiyono, 2011:261), sebagai berikut:

$$y = a + b \cdot x$$

Keterangan:

y : nilai variabel bebas yang diramalkan

a : konstanta

b : koefisien regresi dari x

x : nilai variabel terikat yang diramalkan

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y) (\sum X^2) - (\sum X) (\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

y = Jumlah skor variabel terikat

x = Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n = Jumlah sampel (Sugiyono, 2002:56)

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji Parsial (T-Statistik)

Pengujian Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat pada tingkat signifikan yaitu 10%. Adapun langkah-langkah pengujian sebagai berikut.

1. Jika nilai signifikan uji $t > 0,1$ maka H_0 dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung.
2. Jika nilai signifikan uji $t < 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti tidak ada pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan nilai t itu, maka dapat diketahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling signifikan mempengaruhi variabel terikat. Adapun rumus untuk menghitung nilai t (Sugiyono, 2015:13), sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

t = statistik t dengan derajat bebas $n-1$

n = banyaknya observasi atau pengamatan

r^2 = koefisien korelasi ganda

3.12.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 (uji determinasi) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Ketika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan variabel (X) menerangkan variabel (Y) yakni $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, ketika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014:5)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung dapat ditarik kesimpulan,

1. Berdasarkan data hasil penelitian dari uji koefisien Determinasi menunjukkan bahwa intensitas penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh signifikan terhadap perilaku narsis pada remaja di Kota Bandar Lampung yang memperoleh nilai sebesar 59,9%, yang berarti memiliki nilai pengaruh yang cukup besar sehingga bisa dibilang penelitian ini berpengaruh, dikarenakan dukungan dari fitur-fitur yang menarik serta konten dengan perpustakaan musik yang beragam di dalam aplikasi TikTok, sehingga memberikan daya tarik atau perhatian yang besar bagi para remaja untuk selalu narsis dalam menggunakan aplikasi TikTok. Adapun sisanya yakni 41,1% dipengaruhi oleh faktor lain, karena perilaku narsis timbul bukan hanya saat menggunakan aplikasi TikTok saja, melainkan menggunakan aplikasi atau sosial media lainnya serta faktor sosial yang dihadapi di kehidupan remaja tersebut.
2. Adapun data hasil uji hipotesis, menunjukkan nilai t hitung = 12,088 > t tabel = 1,290 yang berarti hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh dari intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsis pada remaja Kota Bandar Lampung, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y . Sehingga ini membuktikan bahwa intensitas penggunaan TikTok berpengaruh atas besarnya perilaku narsisme yang dilakukan pada remaja di Kota Bandar Lampung, hal ini sesuai dengan teori SOR,

bahwa media baru berperan sebagai stimulus yang selalu memberikan pesan secara terus-menerus terhadap komunikan sehingga pesan tersebut akan selalu diterima dan memungkinkan untuk mempunyai efek bagi komunikan, seperti halnya dalam penelitian ini yaitu perilaku narsis sebagai efek dari penggunaan media aplikasi tiktok.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dari itu peneliti mengemukakan beberapa saran:

1. Diharapkan kepada media, khususnya TikTok untuk terus membuat kejutan-kejutan yang menarik melalui fitur-fitur yang bisa digunakan secara sederhana, karena hal ini memberikan dampak positif yang sangat baik sehingga menghasilkan kekreativitasan dalam membuat video melalui aplikasi TikTok. Selain itu diharapkan bagi perusahaan TikTok dapat membatasi umur pengguna dengan tidak melibatkan anak-anak dibawah umur untuk ikut menggunakan aplikasi TikTok.
2. Penelitian ini adalah suatu penelitian dibidang ilmu komunikasi yang diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu media massa khususnya pada media berbasis aplikasi video seperti TikTok yang berkaitan dengan pengaruh media dalam merubah aktivitas atau perilaku pada masyarakat khususnya para remaja di Kota bandar Lampung, sehingga lebih selektif dalam memilah video TikTok yang kemudian dijadikan referensi dalam membuat video. Hal ini diharapkan agar para remaja tidak terjerumus ke dalam dampak negatif akibat dari penggunaan aplikasi ini.
3. Terdapat pengaruh antara variabel intensitas menggunakan aplikasi TikTok dengan variabel perilaku narsis. Hal ini sesuai dengan teori SOR dan *Uses And Effect*, bahwa media baru berperan sebagai stimulus yang selalu memberikan pesan secara terus-menerus terhadap komunikan sehingga pesan tersebut akan selalu diterima dan memungkinkan untuk mempunyai efek bagi komunikan. Seperti halnya dalam penelitian ini yaitu perilaku narsis sebagai efek dari penggunaan media aplikasi TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Effendy, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung PT. Citra Aditya Bakti
- Fishbein, M, & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Freud Sigmund, *Pengantar Umum Psikoanalisis*, trjrmahan Haris Setiowati, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Finy F Basarah. 2018. *Media sosial sebagai sarana eksistensi diri reception analysis*. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Volume 6, No.1, Hal. 1-97
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, Malang: UMM Press, 2010
- Kartono, Kartika, *Psikologi Anak (Psikologi Perkembangan)*, Bandung: Mandar Maju, 1995
- Mappiare, Andi, *Psikologi Remaja*, Surabaya : Usaha Nasional, 1982
- Morrissan, M.A., *Metode Penelitian Survei*, cet 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Denis. 2010. *Mcquail Mass Communication Theory*. London : Sage Publication
- Mulyana, Deddy. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Pusat Pengembangan Bahan Ajar-UMB
- Mappiare, Andi. 1982. *Psikologi Remaja*, Surabaya : Usaha Nasional
- Morrissan, Andi, 2009. *Teori Komunikasi*, Jakarta : Ghalia Indonesia

- Morrissan, M.A., *Metode Penelitian Survei*, cet 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012
- Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Prasetyo, Bambang, Lina Muftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta : Rajawali Press
- Sarlito dan Sarwono. 2001. *Psikologi Remaja*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 2008. *Metode Penelitian Survey*,
- Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2013
Jakarta : LP3ES.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung : Alfabeta, 2013
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Vaknin, S. (2007). *Maligant Self Love, Narcissism Revisited*. E.book:
<http://samvak.tripod.com/siteindex.html>.

JURNAL DAN SKRIPSI :

- Atianingsih, Nurfiah. 2018. *Pengaruh terpaan Iklan Produk Wardah terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Semarang (USM) Pagi*. Semarang
- Caisari, Tri Hastuti. 2014. *Fenomena Penggunaan Path Sebagai Ajang Menunjukkan Eksistensi Diri*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang
- Irma, Ade. 2019. *Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendrarprihadi Sebagai Media Komunikasi Dengan Masyarakat Kota Semarang*. Universitas Semarang. Semarang
- Islami, Afrizal Nur. 2018. *Instagram : media sosial dan eksistensi diri remaja berprestasi di Kota Palu*. Volume 5, No. 3, Hal. 1-15.
- Khoirul Muslim, Muhammad David Yusuf. 2020. *Pengaruh penggunaan instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa*. Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara. *Jurnal An-Nida*. Vol. 12. No.2, Hal 140-146.
- Mahendra, Bimo. 2017. *Eksistensi sosial remaja dalam instagram (sebuah*

perspektif komunikasi). *Marketing Communications Garda Perdana Security*. Volume 16, No.01, Hal. 151 – 160.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Rahmawati, Alfiana Yuniar. 2019. *Pengaruh Intensitas menggunakan Aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme remaja muslim komunitas muser Jogja squad*. Program studi Komunikasi Penyiasan Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta

Robiatul Adawiyah, Dwi Putri. 2020. *Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap kepercayaan diri di Kabupaten Sampang*. Pascasarjana Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Volume 14, No. 14, Hal 135-148.

Sitorus, Fredrick Gerhard. 2018. *Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku anak (studi pada pengguna aplikasi TikTok pada remaja di Kota Medan)*. Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah. Sumatera Utara

Yusu, Fuady. 2020. *Analisi Faktor Permintaan Konsumen Percetakan Di CV.Maxiplus Digital Printing Surabaya*. Universitas 17 Agustus Surabaya. Jawa Timur

WEBSITE :

Andi Dwi. 2020. *Data Tren Internet dan Media sosial Tahun 2020 di Dunia menurut Hootsuite*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> . diakses pada tanggal 7 Mei 2021

Firmansyah N. 2020. *segala hal tentang TikTok yang harus diketahui* <https://starnpage.com/segala-hal-tentang-TikTok-yang-harus-diketahui/> diakses pada tanggal 15 Januari 2021

Prasetya, Dicky. 2020. *Ini jumlah pengguna internet indonesia per 2020*. <https://www.suara.com/tekno/2020/11/13/191253/ini-jumlah-pengguna-internet-indonesia-2020-per-provinsi>. diakses pada tanggal 7 Mei 2021.

Rayana, uday. 2020. *Meski Indonesia Salah Satu Pengguna TikTok Terbesar, ByteDance Pilih Singapura Sebagai Sasaran Investasi* <https://selular.id/2020/09/meski-indonesia-salah-satu-pengguna-TikTok-terbesar-bytedance-pilih-singapura-sebagai-sasaran-investasi/> diakses pada tanggal 4 Februari 2021

Sensor Tower Inc. 2021. *TikTok Pte. Ltd.*

[https://sensortower.com/android/id/TikTok-pteltd/app/TikTok/com.ss.android.ugc.Tri ll/ overview](https://sensortower.com/android/id/TikTok-pteltd/app/TikTok/com.ss.android.ugc.Tri%20ll/overview). diakses pada tanggal 18 Februari 2021.

Yosepha, Aria. 2020. *Negara Pengguna TikTok Terbesar.*

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/negara-pengguna-TikTok-terbesar-indonesia-bukan-yang-pertama>. diakses pada tanggal 7 Mei 2021

Badan pemeriksaan keuangan republik Indonesia. 2021.

<https://lampung.bpk.go.id/kota-bandar-lampung/> diakses pada 12 Oktober 2021

Ardian, Gerry. 2021. *Perjalanan TikTok di Indonesia*

<https://nolimit.id/blog/2018/07/12/perjalanan-aplikasi-tik-tok-di-indonesia/> diakses pada 12 Oktober 2021

Garjito, Dany. 2020. *Siapa Sosok Cimoy Montok*

<https://www.suara.com/entertainment/2020/11/02/145455/siapa-sosok-cimoy-montok-berikut-5-faktanya>