

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecanduan media sosial dengan kecenderungan narsistik pada remaja. Adapun manfaat dari penelitian adalah untuk memberikan Informasi kepada remaja bahwa kecanduan media sosial merupakan salah satu penyebab kecenderungan narsistik, yang diharapkan dapat membantu remaja untuk meningkatkan kemampuannya untuk memahami diri sendiri serta keterampilannya dalam menggunakan informasi pada sosial media sehingga terhindar dari narsistik. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni ada hubungan antara kecanduan media sosial dengan kecenderungan narsistik pada remaja. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kecenderungan narsistik dan kecanduan media sosial. Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan teknik korelasi product momen yang dikembangkan oleh Karl Pearson. Berdasarkan hasil analisis product moment menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kecanduan media sosial dan kecenderungan narsistik. Selain itu hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisiensi determinasi (R^2) sebesar 0,216 yang menunjukkan bahwa variabel kecanduan media sosial memberi kontribusi sebesar 21,6% terhadap kecenderungan narsistik dan sisanya 78,4% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : Kecenderungan Narsistik, Kecanduan Media Sosial, Remaja

Abstract

The study aimed to find out the relationship between social media addiction and narcissistic tendencies in adolescents. The benefit of research is to provide information to adolescents that social media addiction is one of the causes of narcissistic tendencies, which is expected to help adolescents to improve their ability to understand themselves as well as their skills in using information on social media so as to avoid narcissistic. The hypothesis proposed in this study is that there is a relationship between social media addiction and narcissistic tendencies in adolescents. The data retrieval method used in the study is a scale of narcissistic tendencies and social media addiction. The study tested the hypothesis using the moment product correlation technique developed by Karl Pearson. Product moment analysis showed a positive relationship between social media addiction and narcissistic tendencies. In addition, the results of the data analysis also showed a coefficient of determination (R^2) of 0.216 which showed that social media addiction variables contributed 21.6% to narcissistic tendencies and the remaining 78.4% were influenced by other factors.

Keywords: Narcissistic Tendencies, Social Media Addiction, Teens