

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan kepribadian narsistik dengan adiksi media sosial pada mahasiswa pengguna instagram. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah adanya hubungan yang positif antara kecenderungan kepribadian narsistik dan adiksi media sosial pada mahasiswa pengguna instagram. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna instagram yang sedang berkuliah di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah 151 subjek dengan rentang usia 18 sampai 24 tahun. Data dikumpulkan menggunakan metode skala kecenderungan kepribadian narsistik dan skala adiksi media sosial dengan metode analisis korelasi product moment yang dikembangkan oleh Karl Pearson. Hasil analisis product moment untuk variabel kecenderungan kepribadian narsistik dan variabel adiksi media sosial menunjukkan $r_{xy} = 0,571$ dan ($p < 0,050$) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara kecenderungan kepribadian narsistik dengan adiksi media sosial pada mahasiswa pengguna instagram. Sumbangan yang diberikan kecenderungan kepribadian narsistik sebesar 32,7% terhadap adiksi media sosial dan sisanya sebesar 67,3% yang disebabkan faktor lain.

Kata Kunci: Kecenderungan Kepribadian Narsistik, Adiksi Media Sosial, Mahasiswa.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between narcissistic personality tendencies and social media addiction in students using Instagram. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between narcissistic personality tendencies and social media addiction in students who use Instagram. The subjects in this study were Instagram user students who were studying in the Special Region of Yogyakarta with a total of 151 subjects with an age range of 18 to 24 years. Data were collected using narcissistic personality tendency scale method and social media addiction scale with product moment correlation analysis method developed by Karl Pearson. The results of product moment analysis for narcissistic personality tendency variables and social media addiction variables showed $r_{xy} = 0.571$ and ($p < 0.050$) thus it can be concluded that there is a positive relationship between narcissistic personality tendencies and social media addiction in Instagram user students. The contribution given by narcissistic personality tendencies amounted to 32.7% of social media addiction and the remaining 67.3% was due to other factors.

Keywords: *Narcissistic Personality Tendencies, Social Media Addiction, Students.*