

**ANALISIS KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISME  
MELALUI KONTEN TIKTOK DI MASA PANDEMI COVID-19**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1  
pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh:

**MAY SINDIKA FITRI**

**F 100 180 199**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISME MELALUI  
KONTEN TIKTOK DI MASA PANDEMI COVID-19

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MAY SINDIKA FITRI

F 100 180 199

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen

Pemimbing



Dr. Lisnawati Ruhaera, S.Psi., M.Si., Psikolog

NIK.NIDN: 836/0616036901

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISME MELALUI  
KONTEN TIKTOK DI MASA PANDEMI COVID-19

OLEH :

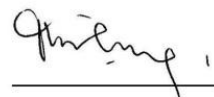
MAY SINDIKA FITRI

F 100 180 199

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Jumat, 19 Agustus 2022  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Dr. Lisnawati Ruhaena, S.Psi., M.Si., Psikolog  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Daliman, SU  
(Anggota 1 Dewan Penguji)
3. Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi., M.Psi., Psikolog  
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,



Prof. Taufik, S.Psi., M.Si., Ph.D

NIDN: 799/0629037401

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 9 Agustus 2022

Penulis



May sindika fitri

F 100 180 199

## **ANALISIS KECENDERUNGAN PERILAKU NARSISME MELALUI KONTEN TIKTOK DI MASA PANDEMI COVID-19**

### **Abstrak**

Selama pandemi covid-19 Aplikasi Tiktok meningkat hingga 2 miliar pengguna. Penggunaan internet serta sosial media terutama aplikasi tiktok secara berlebihan, mampu memunculkan permasalahan psikologi salah satunya gangguan kepribadian yaitu perilaku narsisme. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian fenomenologi dengan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif mengenai gambaran kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19. Pada penelitian ini bertujuan untuk memahami kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19. Prosedur dalam pemilihan partisipan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan purposive Sampling dengan kriteria partisipan dari penelitian ini yaitu 7 informan yang menggambarkan kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok yang di skrinning dengan menggunakan (NPI-16). Untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode triangulasi teknik dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi (content analysis) berupa analisis atau pembahasan yang mendalam terhadap isi dari suatu informasi mengenai kecenderungan perilaku narsisme dalam membuat konten pada pengguna aplikasi tiktok di masa pandemi covid-19. Hasil penelitian diperoleh bahwa ketujuh subjek perilaku narsisme dalam membuat konten di masa pandemi covid-19. Kesimpulan dari penelitian bahwa dalam perilaku narsisme yang ditunjukkan oleh subjek terdapat ciri – ciri perilaku narsisme, faktor pendorong, serta terdapat faktor yang menghambat perilaku narsisme pada pengguna aplikasi tiktok dalam membuat konten di masa pandemi covid-19.

**Kata kunci:** aplikasi tiktok, covid-19, konten tiktok, narsisme.

### **Abstract**

The use of the TikTok application in the midst of the COVID-19 pandemic has become a new trend among the public. The emergence of the covid-19 pandemic that is endemic in the world, the Tiktok application has increased to 2 billion users. Excessive use of the internet and social media, especially the tiktok application, can cause psychological problems, one of which is personality disorders, namely narcissistic behavior. The type of research used in this study is phenomenological research using a qualitative descriptive approach regarding the description of narcissistic behavior in Tiktok application users during the covid-19 pandemic. This study aims to describe narcissistic behavior in Tiktok application users during the covid-19 pandemic. The procedure for selecting participants in this study was by using purposive sampling with the criteria of participants from

this study, namely 7 informants who described narcissistic behavior in creating tiktok application content. To test the validity of the data in this study, namely by using the triangulation method of techniques with data collection techniques, namely observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used in this study is a content analysis technique in the form of an in-depth analysis or discussion of the contents of an information regarding the tendency of narcissistic behavior in creating content for Tiktok application users during the covid-19 pandemic. The results showed that the seven subjects had narcissistic behavior in creating content during the covid-19 pandemic. The conclusion from the study is that in the narcissistic behavior shown by the subject there are characteristics of narcissistic behavior, motivating factors, and there are factors that inhibit narcissistic behavior in Tiktok application users in creating content during the covid-19 pandemic.

**Keywords:** application tiktok, covid-19, content tiktok, narcissistic.

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sangat membantu pekerjaan manusia, sehingga lebih mudah dan cepat dalam pelaksanaannya. Salah satu teknologi tersebut adalah penggunaan internet dan media sosial. Manusia tetap dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain melalui internet dan media sosial. Hal ini juga memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi tanpa memandang waktu atau tempat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Indonesia mengalami peningkatan jumlah pengguna internet. Survei yang dilakukan pada Maret hingga April tahun 2019 ini, terungkap ada sekitar 171 orang di Indonesia yang menggunakan internet. Angka tersebut terus meningkat kurang lebih 10,2% atau 27 juta jiwa per tahunnya Sakinah, Zatrachadi, & Darmawati (2019). Akibatnya, media sosial telah menyebabkan remaja menderita kecanduan. Menurut data APJII, penggunaan media sosial meningkat 15-20% selama periode Covid-19, dengan 47% penduduk memiliki akses media sosial dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan sebelum periode Covid-19. Sekitar 70% pengguna internet di seluruh dunia aktif di media sosial Dewi, Putri, Nugraha, dan Bil Haq (2020). *Pew Research Center* menemukan bahwa hampir 91% pemilik smartphone berusia 18 hingga 29 tahun

menggunakan media sosial Sabekti, Yusuf, dan Predante (2019). Media sosial yang mengalami peningkatan yaitu aplikasi Tiktok.

Selama pandemi Covid-19 yang saat ini melanda dunia, basis pengguna Tiktok telah berkembang menjadi lebih dari 2 miliar orang. Jumlah pengguna yang telah mengunduh aplikasi tiktok melampaui angka 1,5 juta secara global pengguna aplikasi instagram. Penggunaan aplikasi tiktok telah menjadi trend baru di masyarakat umum. Aplikasi tiktok diunduh sebanyak 700 juta kali sepanjang tahun 2019 dan menduduki peringkat kedua setelah whatsApp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh (Adawiyah, 2020). Pengguna aktif tiktok merupakan orang yang menggunakan platform sosial media tiktok dengan menggunakan akun milik pribadinya untuk ikut menciptakan, menemukan, serta berbagi konten video pada platform aplikasi tiktok. Berdasarkan laporan (Stephanie, 2021) 42% pengguna tiktok berasal dari kalangan muda generasi Z dengan rentang usia 18-25 tahun kemudian pengguna dari kelompok usia 10-17 tahun berada pada urutan kedua dengan proporsi 28% secara global, dan ada juga 18% pengguna tiktok berusia 30-39 tahun, 16,3% berusia 40-49 tahun dan 2,7% berusia di atas 49 tahun. Hasil riset juga mengatakan bahwa rata-rata pengguna menghabiskan 89 menit sehari untuk mengakses aplikasi tiktok.

Menurut Susilowati (dalam Pratama & Muchlis, 2020) menjelaskan bahwa tiktok adalah aplikasi yang memberikan efek unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah untuk membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dibagikan kepada pengguna lain. Tiktok adalah platform media sosial yang menyediakan video dan musik, baik untuk tarian atau *dance*, gaya bebas, atau lainnya sesuai dengan kinerja pencipta untuk tumbuh dan berkembang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Dalam aplikasi tiktok juga terdapat jumlah pengikut (*followers*) yang merupakan pengguna aplikasi tiktok yang terpengaruh adanya daya tarik popularitas dari sebuah akun yang ada di aplikasi tiktok tersebut. Menurut Pamungkas dan Djulaeka (dalam Fitri, Pertiwi, & Sary, 2021) Tiktok merupakan sebuah aplikasi menarik, yang digunakan oleh berbagai kalangan untuk membuat sebuah konten video berdurasi pendek namun dengan hasil yang luar biasa serta dapat dibagikan kepada *followers* atau

pengguna akun di aplikasi tiktok. Tiktok juga memiliki beberapa kualitas positif, yaitu menghibur dan dijadikan sebagai wadah meningkatkan eksistensi.

Dengan kemajuan teknologi, keberadaan konten menjadi semacam kebutuhan bagi seseorang dalam menggunakan sosial media. Namun kini jenis konten yang hadir semakin beraneka ragam jenis, format, serta karakteristiknya. Mulai dari konten youtube, instagram, tiktok, dan lain sebagainya. Menurut Simarmata (2018) konten merupakan pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Sedangkan yang dimaksud dengan konten menurut KBBI merupakan sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten juga merupakan sesuatu yang dapat di ungkapkan melalui beberapa media, seperti gambar, tulisan, video, atau bentuk lainnya. Menurut (Edib, 2021) dalam bukunya yang berjudul menjadi kreator konten di era digital jenis – jenis konten yaitu seperti: a) konten edukasi: konten edukasi berisi pengetahuan yang bermanfaat serta memiliki fungsi untuk menambah nilai konten utama. b) konten *review*: merupakan suatu konten yang bertujuan untuk memberikan sebuah ulasan satu produk barang maupun jasa. c) konten *dance* atau tarian: merupakan ide konten yang memberikan ruang untuk penggunanya bebas mengekspresikan dirinya melalui tarian atau *dance* video dengan menggunakan konsep serta lagu yang sudah dibuat sebelumnya. d) konten “*a day in my life*” : merupakan sebuah jenis konten yang menceritakan atau mempertontonkan kegiatan keseharian hingga kebiasaan seseorang mulai dari bangun pagi, bekerja, hingga tidur kembali. e) konten *OOTD*: merupakan konten berupa tutorial memadupadankan *outfit* atau *fashion* yang digunakan baik berupa *outfit* kerja, *hangout*, lebaran dan lain sebagainya yang dapat dikreasikan. f) konten promosional: merupakan konten yang tujuannya yaitu untuk mengajak penonton mengunjungi sosial media dari produk yang ditawarkan untuk meningkatkan daya beli dari penonton tersebut terhadap produk tersebut. g) konten *mukbang*: merupakan konten yang isinya yaitu membagikan momen *mukbang* atau makan makanan seperti kue, makanan khas daerah maupun luar daerah dengan jumlah atau porsi yang banyak.

Namun, kepopuleran aplikasi tiktok tidak hanya menimbulkan dampak positif, tetapi juga menimbulkan dampak negatif bagi yang menggunakannya.



Dampak negatif dari penggunaan tiktok ini adalah karena kurangnya konsep diri dari individu tersebut, seperti halnya dalam penggunaan pakaian yang kurang pantas untuk digunakan, serta berjoget dengan gerakan yang kurang sopan. Ironisnya, tidak jarang orang yang menggunakan aplikasi tiktok untuk melakukan hal seperti ini, sehingga menjadi topik hangat dan dibagikan secara luas demi mendapatkan perhatian dan popularitas. Hal ini lah yang menjadikan aplikasi tiktok sebagai ajang untuk eksistensi diri namun cenderung pada perilaku narsisme, mengingat tujuan dari pengguna tiktok tersebut untuk mendapatkan pujian serta kecintaan diri secara berlebihan.

Menurut *American Psychiatric Association* dalam DSM V (2013) kecenderungan kepribadian narsisme adalah suatu pola kepribadian yang menetap ditandai dengan adanya fantasi atau perilaku berlebihan terhadap kesuksesan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, cinta ideal, kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain serta kurangnya kemampuan untuk berempati. Sedangkan menurut (Santrock, 2011:437) narsisme merupakan pendekatan terhadap orang lain yang berpusat pada diri (*self-centered*) dan memikirkan diri sendiri (*self-concerned*). Narsisme tidak hanya ingin dikagumi dalam aktivitas jejaring sosialnya, tetapi lebih kepada mengagumi dirinya sendiri (Buffardi & Campbell, 2008). Perilaku narsisme cenderung ingin dipuji serta mencari perhatian dari pihak luar yang tujuannya adalah untuk mempertahankan eksistensi atas dirinya (Chatterje & Hambrick, 2006). Perilaku narsisme adalah perilaku untuk mempertahankan serta meningkatkan pengakuan dari orang lain (Campbell et al., 2004). Leung (2013) mendapati individu dengan perilaku narsisme ditunjukkan dengan adanya perasaan yang ingin di lihat megah, perilaku menyimpang (*eksibisionisme*), memanfaatkan perasaan orang lain secara berlebihan, serta menilai bahwa dirinya lebih penting. Menurut (Hardika et al., 2019) Pemenuhan kebutuhan narsisme muncul disebabkan ingin memperoleh daya tarik dari orang lain melalui penggunaan media sosial seperti instagram, facebook, tiktok dan lain-lainnya. Sebab munculnya kecenderungan perilaku narsisme menurut (Sakinah, Zatrachadi, & Darmawati, 2019) yaitu a) Kesepian, semakin tinggi seseorang merasa kesepian semakin tinggi juga tingakt narsisme yang diperlihatkan di media sosial sehingga

dengan meningkatkan dukungan sosial di media sosial diharapkan mampu meningkatkan harga diri sekaligus mengurangi kondisi kesepian tersebut. b) *self-esteem* yang rendah. serta c) *subjective well – being*.

Mengingat sangat pentingnya kecenderungan perilaku narsisme tersebut untuk diketahui, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19.

## **2. METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian fenomenologi dengan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif terkait mengenai memahami kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19. Prosedur dalam pemilihan partisipan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Peneliti melakukan terlebih dahulu pemilihan responden yang tergolong kedalam kriteria penelitian serta memiliki kecenderungan narsis yang ditentukan dengan menggunakan *NPI-16*. Partisipan dari penelitian ini yaitu 7 informan dengan berjenis kelamin perempuan berusia  $\pm 18-25$  tahun serta seringnya mengunggah konten tiktok minimal 10 kali upload video dan telah aktif menggunakan aplikasi tiktok selama  $\pm 1$  tahun dengan menggunakan akun tiktok pribadinya, serta yang menggambarkan kecenderungan perilaku narsisme dalam membuat konten aplikasi tiktok.

Alat pengumpulan data yang dapat membantu peneliti ialah *guide* wawancara yang berupa pertanyaan untuk mengumpulkan informasi mengenai kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok yang dibuat di masa pandemi covid-19, observasi dengan menggunakan alat bantu berupa alat perekam suara dan kamera untuk mengumpulkan data mengenai perilaku narsisme yang terjadi pada pengguna akun aplikasi tiktok, serta dokumentasi berupa catatan berbentuk gambar dan video hasil konten pengguna aplikasi tiktok terkait dengan adanya kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19.

Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini digunakan metode triangulasi pengumpulan data. Dalam penelitian ini, triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek kembali data ke sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda, misalnya data dikumpulkan dengan wawancara kemudian diperiksa dengan observasi atau dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif terdapat dua bagian, yaitu data utama dan data pendukung. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kalimat serta perilaku, selebihnya adalah data sekunder seperti dokumen. Data utama dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden baik berupa tanggapan maupun pernyataan dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi. Teknik pengumpulan data utama pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari adalah melalui wawancara kepada pengguna aplikasi tiktok. Sumber data pendukung dalam penelitian ini adalah sumber data yang berkaitan dengan permasalahan yang peneliti bahas seperti video konten dari media sosial TikTok atau dokumen – dokumen konten tiktok yang di unggah. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi (content analysis) berupa analisis atau pembahasan yang mendalam terhadap isi dari suatu informasi mengenai kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi Covid-19.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data jika kecenderungan perilaku narsisme melalui konten tiktok di masa pandemi Covid-19 terdapat ciri – ciri yang ditunjukkan oleh subjek antara lain yaitu: a) kemampuan dalam menojolkan diri, dimana subjek memiliki berbagai upaya untuk dapat menojolkan dirinya di aplikasi tiktok melalui konten yang di buat di masa pandemi covid-19 ini, misalnya seperti mengikuti serta membuat semua konten yang sedang *trend* di tiktok serta mengupayakan untuk membuat konten sesempurna mungkin dengan harapan dapat meningkatkan popularitas dirinya dalam berkonten di aplikasi tiktok seperti pada kutipan wawancara subjek di bawah ini:

*“..biasanya aku itu buat konten yang menarik terus habis itu aku editnya yang lebih niat dan menarik juga sih mbak begitu.” (N.SA/93-99). “..terus*

kemudian kalau misalnya mau review barang itu juga yang lagi hypening gitu sih mbak kayak misalnya ini lagi marak skincare kayak gitu sih mbak dan mungkin fashion kayak gitu..” (N.SA/364-374). “..yang pertama tadi kayak ambil musik yang lagi hypening kemudian aku editnya itu juga edit yang bagus edit yang kayak jaman sekarang gitu..” (N.SA/350-357). “..Terus yang terakhir ini yang kemaren aku baru upload itu kan aku pakai musik yang lagi hype ya mbak sama kayak konten yang lagi ngetrend kayak gitu itu aku bisa masuk fyp..” (N.SA/386-395). “..Iya mbak apalagi kalau misalnya kayak pakai musik yang lagi hype di tiktok itu kan biasanya bisa masuk fyp ya mbak bisa masuk di beranda jadi fiewersnya itu lebih banyak..” (N.SA/106-115).

“..kalau saya pengen menonjolkan diri itu ya membuat video yang lagi trend, kayak misalnya kemaren kan ada kayak joget – joget gitu ya ikut gitu sih biar kayak terlihat oh aku join nih trend nya.” (N.CR/77-87). “..selagi konten itu menurut saya suka membuatnya dan lagi trend itu ya saya selalu upload gitu sih mbak..” (N.CR/234-238)

“..kalau saya itu pasti bikin konten tiktok nya itu yang memang beda dari yang lain terlebih saya juga harus perhatikan ini juga ya style saya lalu tempatnya, situasinya, kondisinya bagaimana kaya gitu sih mbak..” (N.TA/127-136). “..anak – anak muda sekarang kan gini OOTD an gitu ya nah itu saya juga cari referensi – referensi gitu ya buat outfit – outfit kayak gitu, jadinya semisal saya mau kasih tema a nih saya masih bikin tema a ya jadi style saya harus saya sesuaikan sama si tema a ini..” (N.TA/158-170). “Ya pasti saya ini mbak lihat – lihat booming jaman yang sekarang lah ya kira – kira apa sih yang baru fenomena dan trending – trending sekarang..” (N.TA/353-170).

“...Biasanya saya mengikuti trend – trend mbak trend – trend yang ada di tiktok yang menurut saya menarik pasti saya ikuti begitu mbak.” (N.TO/258-264) “...konten – konten ya seperti tadi jalan – jalan, terus ada juga trend – trend tiktok saya juga sudah mulai mengikuti ya...” (N.TO/114-120) “...ketika saya mau membuat konten tiktok saya sudah mempersiapkan semuanya seperti alat – alat yang diperlukan, saya juga menggunakan alat seperti ring light dan juga baju yang memang kayak sesuai apa yang ingin saya buat.” (N.TO/132-145)

Pertimbangan kepentingan sebelum membuat konten, hal ini banyak dilupakan oleh orang lain terlebih demi meraih kepopuleritasan, dimana mampu membuat seseorang menjadi manusia yang egois dan hanya mementingkan dirinya sendiri tanpa memperdulikan lingkungan di sekitarnya. Namun dalam hal ini berbeda dengan yang di ungkapkan oleh subjek bahwa dalam membuat konten

tiktok subjek mampu mempertimbangkan dampak positif dan negatif yang akan ditimbulkan melalui konten tiktok yang akan di unggah di aplikasi tiktok tersebut seperti pada kutipan wawancara di bawah ini:

*“Em dampaknya sih kalau aku selama ini bikin kontennya konten yang positif ya mbak bukan konten yang mengandung unsur kebencian atau ya pokoknya nggak ada unsur yang negatif gitu menurut aku ya nah jadi aku pikir selama ini kayak konten aku masih aman – aman saja masih baik – baik aja gitu sih mbak.” (N.SA/255-270).*

*“..kalau itu saya kadang ini sih mbak lihat timing juga sih mbak kalau mau upload – upload ...saya agak pemilih juga sih mbak buat upload buat bikin konten, kira – kira nanti bermanfaat nggak sih ada benefitnya nggak..”(N.TA/263-275).*

*“..berusaha semaksimal mungkin bikin konten itu yang bermanfaat gitu loh yang penting nggak merugikan mereka kayak gitu.” (N.A/176-182).*

*“...saya sering membuat konten yang menarik yang biasanya ya bahagia – bahagia begitu loh..” (N.TO/172-176).*

Perasaan sombong, rasa acuh tak acuh mendominasi seseorang dengan perilaku narsis, mayoritas individu dengan perilaku narsisme memiliki rasa angkuh terhadap lingkungan di sekitarnya serta berfantasi terhadap cinta diri yang berlebihan karena menganggap bahwa dirinya lebih unggul dibandingkan dengan yang lain sehingga membuat seseorang menjadi abai akan masukan, kritik, saran, maupun kebenaran yang disampaikan oleh orang lain seperti pada kutipan wawancara di bawah ini:

*“Oh ya sudah mbak dibiarin aja orang konten – konten saya jadi kalau misal dia nggak suka ya nggak usah lihat gitu.” (N.A/238-243). “Selama ini alhamdulillah belum pernah kejadian ya mbak..” (N.LA/241-244). “..kalau misal ada itu paling kayak ya sudah lah karena aku merasa konten ku itu juga nggak begitu mengundang kebencian kayak ya udah biarin aja karena kan orang juga punya pendapat sendiri – sendiri gitu.” (N.LA/248-258).*

*“...untuk masalah senang atau tidak senangnya itu tergantung orangnya ya mbak ya karena sosial media itu menurut saya tempat untuk berekspresi bagi diri sendiri ya dan untuk menghibur orang lain yang terpenting saya itu membuat konten sesuai dengan apa yang ingin saya buat begitu mbak...” (N.TO/197-212). “Oh iya ada mbak kalau untuk perilaku istimewa biasanya kalau di kalangan teman – teman saya yang*

*“mungkin kurang aktif di tiktok itu biasanya saya sebagai leader nya mbak...” (N.TO/276-285).*

*“..kurang mendukungnya karena apa dulu, kalau masalah karena iri ya.. ya udah biarin aja, karena kan akun – akun saya gitu kan ya..” (N.SCC/179-186). “...gimana cara kita itu mengatur diri sendiri juga. Bersikap tenang, bodoamat.” (N.SCC/200-203)*

Perasaan unik/spesial, kondisi dimana seseorang dengan perilaku narsisime merasa bahwa dirinya lebih unggul dibandingkan orang lain seperti pada kutipan wawancara subjek di bawah ini:

*“Ada sih mbak kalau kayak pujian lebih banyak lagi kalau pujian itu daripada heaters – heatersnya..” (N.TA/404-408). “..kalau dampak dari saya sendiri jadi lebih ini sih lebih PD gitu loh mbak kalau bikin konten gitu.” (N.TA/422-427). “..selama saya pakai tiktok lebih PD aja kalau upload begini – begini gitu pasti dipikiran saya itu lebih banyak diterimanya gitu loh mbak.” (N.TA/433-440).*

*“..selama ini belum ada komen yang kayak ngehate atau benci atau komen negatif kayak gitu sih belum ada ya mbak..” (N.SA/290-295).*

*“..komenanya itu kayak komen yang bagus – bagus yang pujian – pujian gitu, lucu – lucu kayak gitu aja sih mbak.” (N.SA/298-302).*

*“..karena teman ku di tiktok itu juga yang aku follback itu lumayan banyak mbak, itu pastinya nggak semua yang suka tapi tetap ada cuman nggak semua banget yang nggak suka gitu tetap lebih banyak yang suka juga saya mbak daipada yang nggak suka.” (N.LA/270-280).*

*“... saya itu kebetulan PD nya itu juga lumayan ya mbak jadi saya bebas berekspresi di sosial media seperti tiktok itu sesuka hati saya dan semua konten saya semua orang suka mbak...” (N.TO/251-257).*

Eksploitasi hubungan interpersonal, untuk meraih ketenaran individu dengan perilaku narsisme menjadi haus akan kepopuleritasan sehingga melakukan berbagai upaya untuk mampu meraihnya termasuk dengan memanfaatkan orang lain demi kepentingan pribadinya sendiri, misalnya seperti menggunakan ketenaran orang lain untuk panjat sosial sehingga mampu mendongkrak kepopuleritas dirinya serta meraup sendiri pendapatan yang di hasilkan dari konten tiktok yang dibuat bersama orang lain.

*“..saya punya temen sih beberapa ya mereka sudah menjadi seleb tiktok gitu ya jadi mungkin kasaranya seperti kayak agak pansos ya karena kan mereka lebih dulu lebih terkenal gitu..” (N.CR/332-341). “..sesekali mempromosikan tiktok ya bukan videonya kayak akun saya biar mereka*

*follow kayak biar ngelihat video tiktok saya gitu biar viewersnya nambah seperti itu.” (N.CR/349-358).*

*“Oh ya kalau saya bikin konten tiktok sama orang lain ya pasti kita ada perjanjian gitu entah hasil dari kupon koin dapat berapa – berapa dibagi gitu.” (N.TA/468-475).*

*“Ya paling diajakin bikin konten kayak gitu terus di tag kan, terus kalau udah di tag terus biar bisa direpost juga sama orang nya, terus habis itu kita share itu ke teman – teman kita eh..like dong komen ya komen kayak gitu” (N.SCC/312-322).*

Intensitas waktu dalam membuat konten tiktok, sangat penting kita ketahui karena sebagai tolak ukur seberapa aktif serta intens individu tersebut dalam menggunakan aplikasi tiktok perharinya. Semakin lama seseorang menggunakan aplikasi tiktok untuk membuat konten maka dapat menimbulkan kecenderungan narsisme seperti yang terdapat pada kutipan wawancara subjek di bawah ini:

*“...untuk tiktok saya sering sekali ya kurang lebih sebulan hampir bisa sepuluh sampai lima belas kali untuk membuat video tiktok berbagai macam konten...” (N.TO/35-42). “...saya itu bisa menghabiskan waktu hingga kurang lebih dua jam mbak untuk take video tiktok seperti itu dalam sehari.” (N.TO/497-505).*

*“Seminggu mungkin tiga kali mbak, empat kali mbak..” (N.A/123-125).*

*“Bikin konten ya lumayan susah mbak ya satu sampai dua jam gitu belum ngeditnya.” (N.A/203-207). “Kalau berapa lamanya paling dua setengah jam, kalau paling cepat ya satu setengah jam mbak.” (N.A/211-215).*

*“..saya hampir setiap hari mbak saya selalu take buat ini sih buat bikin tiktok..” (N.TA/191-194).*

*“Oh kalau sehari nggak tentu sih tapi seminggu itu bisa sampai mungkin lima sampai tujuh, tapi itu nggak dihari yang sama..” (N.CR/121-127).*

*“..mungkin seminggu bisa ya empat kali ya sampai tujuh kali, tapi kalau semisal luang gitu ya lebih lah dari tujuh kali.” (N.SCC/114-119)*

Jenis – jenis konten tiktok, jenis konten tiktok yang dibuat oleh subjek cukup beragam. Hal ini menunjukkan bahwa subjek aktif mengikuti perkembangan konten tiktok yang sedang banyak peminatnya, seperti yang diungkapkan pada kutipan wawancara subjek di bawah ini:

*“...konten jalan – jalan, konten memasak, terus ya seperti hiburan – hiburan yang ada pada tiktok..” (N.TO/43-48).*

*“..yang terkahir kemaren itu yang apa ya pakai mercon disko itu mbak..” (N.SCC/127-129). “..terus kemaren itu bikin video edukasi juga mengenai apa itu namanya covid-19 itu.” (N.SCC/135-138).*

*“Konten ku kayak Daily Activity sih mbak sama konten endorse – endorse gitu..” (N.A/146-149). “Mulai dari produk kolagen cream kayak gitu terus dress – dress baju terus skincare gitu..” (N.A/155-158).*

*“..biasanya yang aku ikuti yang joget – joget gitu sih yang lagi hype gitu sama ini sih filter..” (N.CR/101-105). “..trend tiktok yang pakai filter – filter tiktok gitu yang tentang bahasa – bahasa gitu..” (N.CR/108-112).*

*“..aku kan bergabung di shoppe affiliate ya mbak nah jadi itu kontennya adalah review barang jadi kayak mulai aku tuh unboxing barang kayak gitu aku video kemudian aku review produknya kayak gimana gitu terus habis itu yang belakang ini aku lagi bikin kayak mini vlog kayak daily my life gitu sih mbak jadi aku bikin video kegiatan aku dalam sehari..” (N.SA/135-152)*

*“..kalau bikin konten tiktok ya, kalau tiktok itu apa sih biasanya mungkin kayak lagi liburan terus kayak ada beberapa klip terus digabungin jadi satu gitu loh, maksudnya kayak pemandangan gitu.” (N.LA/116-126).*

*“Biasanya kalau sama teman – teman itu cuman kayak tadi mbak klip – klip beberapa klip kayak teman – teman lagi ngapain terus tak rekam gitu..” (N.LA/178-185).*

Adapun faktor pendorong bagi pengguna aplikasi tiktok untuk memiliki perilaku narsisme dalam membuat konten di masa pandemi covid-19, antara lain yaitu: a) Alasan penggunaan aplikasi tiktok, seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“...saya lebih tertarik pada tiktok itu karena ya saya itu bisa lebih bebas berkenalan dengan orang, tahu orang lain, terus trending – trending nya itu cepat sekali menyebar begitu loh mbak...” (N.TO/322-332). “...bisa mengikuti perkembangan jaman seperti itu sih mbak.” (N.TO/338-342).*

*“..yang pertama kalau jadi influencer itu harus punya beberapa aplikasi ya mbak kalau tiktok itu juga berpengaruh karena gini kalau misalnya dari management ku harus mewajibkan upload konten di tiktok nah itu wajib upload gitu. Itu faktor pertama yang mendorong terus yang kedua tujuanku ya untuk menghibur gitu memberikan manfaat pada orang lain terus sharing – sharing kayak gitu aja sih mbak..” (N.A/395-414).*

*“Iya awalnya karena dari pagi sampai sore itukan sudah sibuk kerja, sekolah kayak gitu otomatis kan kayak butuh healing lah, self healing terus bukalah tiktok buat nyenangkan pikiran sendiri, nenangin kayak gitu,*



*nonton – nonton video akhirnya kepancing lah itu pengen bikin konten seperti itu..” (N.SCC/340-354).*

*“..semenjak pandemi ini kan aplikasi tiktok ini sangat melejit ya banyak sekali yang makai dan yang kedua itu dia basicnya video itu lebih menurut saya lebih menarik ya karena kan daripada foto karena video itu kita bisa menyalurkan berbagai macam kreasi kita dalam beberapa cuplikan gitu..” (N.CR/369-383).*

*“..aku itu awalnya iseng – iseng aja upload konten masak – masak gitu terus lama – lama sampai sekarang kok merasa tiktok itu cukup bermanfaat banget gitu loh bukan hanya isinya yang joget – joget doang yang kayak kita lihat awal – awal tiktok kan banyak yang joget – joget doang tapi kan sekarang kayak lebih banyak manfaatnya yang kayak ngeshare mungkin masak – masakan atau informasi tentang lowongan pekerjaan tentang pokoknya banyak deh mbak manfaatnya di bidang keilmuan itu..” (N.SA/488-513).*

*“Yang pertama itu mungkin dulu karena ngikutin trend aja nggak sih maksudnya kayak dulu lagi heboh – hebohnya titkok ya sudah aku download tiktok gitu..” (N.LA/476-483)*

Manfaat penggunaan aplikasi tiktok, seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“...manfaatnya ya salah satunya membuat saya lebih PD untuk berekspresi...” (N.TO/350-353). “...berita itu juga cepat sekali ya mbak menyebarnya dan juga cepat sekali update nya...” (N.TO/359-363).*

*“Manfaat dari bikin konten menggunakan akun tiktok itu yang pertama wawasan saya juga nambah..” (N.SCC/354-359).*

*“Ya ini sih mbak dapat fee dari teman kalau misal kita bikin konten sama orang lain lalu setelah itu kan followers juga mbak nambah gitu mbak.” (N.TA/481-488). “..Memang keuntungannya itu yang pasti memang menambah wawasan juga ya mbak menambah wawasan kita tentang hal – hal baru atau mungkin tentang fakta – fakta baru, atau penemuan – penemuan baru..” (N.TA/523-533).*

*“..manfaatnya aku jadi lebih terhibur mbak karena disitu itu banyak konten yang lucu – lucu gitu..” (N.A/415-419). “Selain menghibur ya menghilangkan stress terus bikin apa ya bikin insightnya itu jadi naik gitu mbak.” (N.A/432-436). “..di tiktok ku itu kan aku mencantumkan nama instagram ku nah kalau misalnya aku upload video di tiktok otomatis orang itu kayak apa ya tertarik gitu loh buat mengikuti aku, terus ngelike terus komen di tiktok ku nah habis itu dia larinya ke instagram gitu jadi followers ku di tiktok itu juga naik di instagram pun juga naik gitu.” (N.A/440-454).*

*“..banyak yang bisa dijadikan motivasi seperti itu dan banyak sih sebenarnya manfaatnya karena tiktok ini sekarang banyak informasi yang malah tiktok ini lebih dulu memberikan informasi gitu loh daripada televisi dan daripada aplikasi yang lain..” (N.CR/403-416). “..manfaatnya bisa menambah informasi dan wawasan kita.” (N.CR/435-438).*

*“..tentang manfaat tadi ya itu tadi sih mbak aku cukup banyak dapat informasi pengetahuan dari tiktok gitu yang itu tuh mungkin kalau misalkan kayak info magang nah itu aku bisa kayak cari – cari disitu kalau nggak yang selama ini kan kayak yang tips – tips buat nanti kalau kerja itu kayak gimana terus gambaran kalau kerja itu kayak gimana jadi aku merasa kalau manfaat tiktok ini itu lebih ke relate banget ke kehidupan kita gitu loh mbak jadi ya manfaatnya banyak dan positif semuanya..” (N.SA/527-552).*

*“..manfaat nya banyak karena aku suka kayak yang lucu – lucu, komedi – komedi gitu kan jadi tiktok kan kayak lucu gitu buka videonya kadang bikin ketawa jadi bisa naikin mood terus juga kadang nemu – nemu kayak fakta – fakta yang mungkin kayak resep masak, atau kayak hake laptop yang jarang orang – orang tau kayak gitu terus kayak tips biar misalnya kayak hp gitu biar baterai helathnya nggak segera turun atau mungkin kan bisa juga akhir – akhir ini itu kayak sering banget muncul ini tips – tips worth out, video olahraga gitu-gitu..” (N.LA/493-520). “..sama ini sih mbak kebanyakan kayak aku juga sering ngelihat konten yang kayak gimana orang itu berkomunikasi, misalnya kayak bagaimana cara interaksi dengan orang biar orang itu tertarik dengan apa yang kamu katakan gitu sih..” (N.LA/544-556).*

Dukungan yang dibutuhkan dalam membuat konten tiktok, seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“Yang pertama sih dukungan ya butuh apresiasi lah dari orang sekitar terus dukungan finansial..” (N.SCC/383-387). “..waktu itu juga perlu waktu luang, finansial, apresiasi itu sih mbak.” (N.SCC/390-393).*

*“Untuk dukungan yang pertama sih dimulai dari diri sendiri ya mbak terutama saya itu harus semangat dulu kalau misal mau membuat konten, kalau untuk orang lain sih biasanya orang yang mendukung saya dalam berekspresi di tiktok, tidak mengganggu saya dalam membuat konten – konten seperti itu, dan menyiapkan alat – alat yang saya butuhkan ketika saya membuat konten seperti itu mbak.” (N.TO/381-404).*

*“..kalau suport – suport ya pastinya ya pertama suport dari ini ya kayak alat – alat yang harus saya gunakan kayak gitu..” (N.TA/554-560).*

*“..Seperti keperluan – keperluan saya buat bikin konten itu aja sih mbak*

*jadi harus ada. Dan semua itu pastinya butuh uang ya mbak.” (N.TA/567-573).*

*“kalau mungkin dukungan ya nggak butuh terlalu ini ya spesifik juga kayak paling kayak ya semangat aja sih semangat dari teman kayak mungkin eh..kamu buat lagi dong video nya kayak gitu doang sih mbak..” (N.CR/450-460). “..kayak dukungan berupa omongan aja gitu jadi disemangatin.” (N.CR/466-469).*

*“Dukungan yang aku butuhin itu terutama mungkin dari teman – teman ya mbak..” (N.SA/575-578). “..aku pengennya nanti teman – teman juga nonton juga share video aku gitu loh mbak jadi kan bisa naikin engagement di tiktok aku ya jadi nanti mungkin bisa followersnya jadi lebih banyak kemudian likes nya juga banyak karena kan kalau yang aku tahu itu point dari tiktok dari like, komen, share di video tiktok kita itu juga bisa dapatin uang gitu loh mbak..” (N.SA/590-607).*

*“Dukungan berupa likes mungkin mbak kayak cukup di like aja kalau di like kan kita seneng nih..” (N.LA/575-579).*

Dukungan sosial yang diperoleh dalam membuat konten tiktok, seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“...kalau untuk di lingkungan rumah seperti itu tidak ada permasalahan jadi saya bebas berekspresi mau membuat konten seperti apa saja yang penting menarik dan sopan seperti itu mbak.” (N.TO/421-431).*

*“..eh..saya habis upload yang terutama apa itu namanya video edukasi itu kayak oh ayo mbak upload lagi..upload lagi itu bagus loh edukasi kayak gitu perlu ditingkatkan lagi kayak gitu..” (N.SCC/257-268). “..Oh iya sama jumlah like nya nambah terus banyak yang komen bagus apalagi konten saya itu sering di share sama orang – orang..” (N.SCC/288-294). “..karena suka share yang mungkin edukasi itu tadi kan pada lihat itu orang – orang di sekeliling nah itu pengen minta share tentang ini dong gini..gini..gini..” (N.SCC/407-414).*

*“Heem mbak kayak pujian gitu wah..hebat sekali keren gitu mbak.” (N.A/303-305). “Perilaku istimewa paling ya kalau misalnya aku endorsan itu terus kayak olshop lain itu ikutan ngendorse gitu loh mbak menurut ku gitu.” (N.A/311-317). “Responnya ya viewersnya banyak terus pengikutnya juga tambah banyak gitu.” (N.A/363-366). “Caranya mungkin dari teman – teman itu kayak menyemangati..” (N.A/564-566). “..teman – teman juga ngasih ide gitu.” (N.A/571-574).*

*“..suka aja kalau misalnya orang – orang itu kayak ngasih oh..A video mu bagus banget aesthetic banget gitu yak kayak gitu datang dari orang tua yang notabennya orang tua itu kan lebih gimana ya agak lebih gaptak gitu dari kita..” (N.LA/609-620). “..kayak dari teman – teman juga eh bagus*

*ini videonya gitu video nya A gitu jadi mungkin kayak gitu sih mbak dipuji kalau videonya bagus gitu.” (N.LA/626-632).*

Kemampuan dalam menyesuaikan diri seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“Meningkatkan kualitas konten lagi sih mbak mungkin kita tetap harus upgrade apa namanya pengetahuan juga jadi kita nggak ketinggalan jaman..” (N.SCC/426-433). “..jadi nggak hanya yang joget – joget itu tadi kita juga perlu share tentang ilmu – ilmu yang manfaat..” (N.SCC/436-440).*

*“..caranya ya biasanya saya hanya mengikuti trend sih mbak mengikuti trend yang ada di tiktok...” (N.TO/441-446).*

*“..saya itu pernah kemaren konten saya itu kan buat penggalangan dana kan mbak karena kan saya kan followersnya banyak jadi kan mungkin untuk hasil dari konten kan bisa saya buat apa buat penggalangan dana untuk yang membutuhkan..” (N.TA/615-627).*

*“Dukungannya mungkin dari kemampuanku sendiri mbak..” (N.A/519-521). “..jadi mungkin aku melihat orang lain bisa edit bagus – bagus itu aku juga pengen terus aku pengen belajar bisa ngedit dengan kualitas yang jernih terus nggak ngebosenin gitu orang ngelihatnya itu.” (N.A/524-533).*

*“Selama ini aku itu juga kayak yang ngasih info – info aja sih mbak..” (N.SA/684-687). “..kalau konten aku yang kayak yang ini yang kemaren itu kan ada review barang gitu kan dari shoppe yang aku belanja, kalau nggak konten masak itu juga viewers nya lumayan sekitar hampir sepuluh ribu yang dulu itu gitu jadi mungkin ya bisa memberikan manfaat..” (N.SA/703-715).*

Dengan adanya faktor pendorong yang membuat pengguna aplikasi tiktok memiliki perilaku narsisme, tentu juga terdapat faktor penghambat yang mempengaruhi pengguna aplikasi tiktok dalam membuat konten di masa pandemi covid-19, seperti halnya yaitu: a) hambatan dalam membuat konten tiktok, seperti mood yang tidak stabil, rasa takut, rasa minder, situasi dan kondisi lingkungan sekitar yang kurang kondusif, rasa lelah, serta kesulitan dalam membagi waktu. seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“..semisal pagi kerja, sore sekolah, ngerjain tugas nah itu yang bikin menghambat kadang itu jadi kalau mau bikin konten itu kan udah terlalu banyak tugas nih capek udahlah besok aja besok aja gitu.” (N.SCC/462-472).*

*“..kalau saya sibuk ternyata nggak ada waktu, sibuk ada urusan yang lain yang lebih penting ya kadang saya nggak bisa ini sih nggak bisa bikin konten gitu..” (N.TA/650-657).*

*“Kalau dari diri sendiri itu aku sulit di waktunya kali ya mbak untuk bikin konten nya..” (N.A/499-502). “..tapi kalau di luar diri ku sendiri mungkin kayak komen – komen yang kurang bagus itu yang kurang aku nggak suka gitu.” (N.A/507-512). “..hambatannya itu banyak sekali mbak yang pertama itu waktu, terus yang kedua itu editing tadi, terus belum lagi kayak urusan ku yang lain itu juga banyak banget mbak..” (N.A/626-633). “Mungkin rasa malas ya mbak terus waktu juga..” (N.CR/557-559). “..saya juga agak hectic ya dalam beberapa aktivitas yang lain yang bikin saya malas buat video kan buat video nggak sekali take doang ya kayak kadang salah video nya salah terus ngulang lagi ngulang lagi gitu harus beberapa kali take ya jadi itu sih yang menghambat karena suatu kesalahan jadi harus meretake terus gitu.” (N.CR/561-577).*

*“..kadang takut gitu loh mbak kalau misalnya sekarang itu kan banyak tiktok kalau salah ngomong udah blow-up terus nanti viral..” (N.LA/821-827). “..misal nanti aku mau tiktok ngomong apa atau kayak ngevideo apa yang ternyata itu salah nah itu nanti langsung kena cancel culture nanti langsung di cancel orang – orang terus kayak di gimana nih nggak tau nggak tereduksi kayak gitu..” (N.LA/843-855).*

Kemampuan dalam menyikapi hambatan, seperti membuat jadwal kegiatan / prioritas, mencari waktu pengganti untuk membuat konten tiktok yang sempat tertunda, serta melakukan latihan sebelum membuat konten. seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“Kita harus perioritasin dulu nih..” (N.SCC/480-481). “..selesaikan dulu tugas – tugasnya diselesaikan kalau udah selesai baru kita bikin konten kayak gitu jadi ketika kita bikin konten tugas – tugasnya nggak keteteran.” (N.SCC/485-493).*

*“..saya ganti waktu nya sih kadang kalau seperti itu kalau tiba – tiba ada waktu luang yang benar – benar luang ya langsung saya bikin, kalau biasanya saya satu hari satu konten itu saya bikin dua konten gitu mbak.” (N.TA/673-683).*

*“..aku ya sebisa mungkin meluangkan waktu buat bikin konten gitu..” (N.A/504-507). “..caranya bikin jadwal mbak, jadi jam segini aku harus ngelakuin ini itu jadi waktunya kalau bisa dibagi – bagi gitu mbak.” (N.A/646-651).*

*“..jadi saya harus membuat video lain selain video yang saya posting gitu jadi ada gladi bersih nya gitu jadi meminimalisir saya untuk melakukan kesalahan berkali – kali gitu.” (N.CR/595-604).*

*“..jadi aku buka tiktok dulu kayak munculin ide atau inspirasi gitu buat aku bikin sama juga motivasi juga sih mbak..” (N.SA/781-786). “..jadi ya mungkin itu sih mbak aku juga sambil ngebukain video orang lain yang munculin ide sama motivasi aku buat lanjutin edit lagi gitu.” (N.SA/797-804).*

dampak dari hambatan dalam membuat konten tiktok, tentu dari hambatan serta penyikapan tersebut menimbulkan dampak tersendiri bagi pengguna aplikasi tiktok dalam membuat konten, seperti halnya yang di utarakan oleh subjek dalam penelitian ini disebutkan dampak yang dirasakan oleh subjek yaitu: a) merasa stress, kelelahan, menjadi tidak fokus, serta menurunnya jumlah konten tiktok yang diunggah sehingga mempengaruhi keeksistensian subjek dalam membuat konten tiktok. namun adapun dampak positif yang dirasakan oleh subjek yaitu semakin banyak jumlah viewers serta *followers* yang mengikuti akun konten tiktok subjek, maka mampu membantu meningkat kepopuleran subjek di dunia tiktok. seperti pada hasil wawancara yang diungkap subjek yaitu:

*“Dulu pernah sih mbak kayak lagi ngerjain tugas tapi kepikiran yang sama konten nah itu kacau pikirannya kayak gitu.” (N.SCC/500-505).*

*“..jadi biasanya bikin konten jadi gak bisa bikin konten..” (N.TA/700-702). “..saya nggak sempat bikin gitu terkadang memang harus yang bisa mengganti waktu itu tadi ya jadinya mungkin capek ya mbak dampaknya gitu.” (N.TA/706-713).*

*“Dampaknya mungkin aku lebih stress kali ya mbak, stress terus capek gitu..” (N.A/664-667).*

*“Dampak hambatan ada sih jadinya nanti lebih sedikit mengupload sih kalau misalnya kayak gitu karena kan males buat ngeretake jadi nya nggak jadi itu video nya..” (N.CR/616-624).*

*“menurut ku yang menghambat itu mungkin dari segi insecurity ya maksudnya ya biasa lah ya mbak namanya juga anak muda itu pastikan ngerasa insecure..” (N.LA/740-748).*

*“Dampaknya itu ya mungkin nanti kalau misalkan apa followersku udah banyak kayak gitu video aku fyp gitu kan mungkin aku akan lebih dikenal dengan orang banyak ya mbak..” (N.SA/816-825).*

Oleh karena itu hal ini semua berkaitan satu sama lain, baik dari ciri kecenderungan perilaku narsisme yang ditunjukkan subjek, faktor pendorong yang

mendorong subjek memiliki kecenderungan perilaku narsisme, hingga faktor – faktor penghambat yang terjadi dalam membuat konten tiktok.

## **4. PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan ini yaitu terdapat persamaan kecenderungan perilaku narsisme yang ditunjukkan oleh subjek melalui konten tiktok di masa pandemi covid-19 yang diungkapkan oleh subjek antara lain: a) selalu mengikuti dan membuat konten yang trend dan sedang banyak diminati pengguna tiktok dengan bergaya sesuka hati dan ingin dipandang orang lain tidak kurang update. b) selalu berusaha menampilkan gaya editing yang hypening atau trend. c) Tampil percaya diri bergaya heboh saat membuat konten di depan kalangan umum bukan saat ada event – event tertentu seperti pentas atau perlombaan. d) bersikap acuh tak acuh terhadap masukan dari orang lain, serta e) menganggap dirinya paling baik dan sempurna. Perbedaan yang terdapat pada ciri kecenderungan perilaku narsisme melalui konten yang dibuat yaitu konsep / tema konten yang dibuat masing – masing subjek berbeda – beda jenisnya sesuai dengan ciri khas masing – masing subjek. dan adapun.

Faktor pendorong kecenderungan perilaku narsisme melalui konten aplikasi tiktok di masa pandemi covid-19 ini antara lain yaitu, a) alasan penggunaan aplikasi tiktok seperti: subjek merasa lebih bebas dalam bersosialisasi dengan orang lain serta dapat mengikuti perkembangan jaman dengan lebih cepat, sebagai sarana hiburan untuk meringankan stress, mendapatkan dorongan dari lingkungan teman untuk tertarik menggunakan aplikasi tiktok, untuk digunakan sebagai sarana promosi dalam bekerja serta media hiburan diri, sebagai sarana untuk berkreasi dalam membuat konten tiktok, dapat memperoleh informasi terkini, serta mengikuti *trend*. b) Manfaat penggunaan aplikasi tiktok seperti: mampu meningkatkan kepercayaan diri subjek dalam berekspresi serta kemudahan dalam mendapatkan informasi terkini, menambah wawasan, mampu menambah *insertif* atau pemasukan serta mampu meningkatkan populeritas, mampu menghibur diri serta membantu menghilangkan stress, serta mendapatkan

edukasi mengenai banyak hal. c) adanya dukungan yang dibutuhkan dalam membuat konten tiktok seperti: Semangat serta motivasi dari diri sendiri, tidak mengganggu subjek dalam membuat konten tiktok, serta membantu subjek dalam mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan subjek dalam membuat konten tiktok, adanya dukungan biaya yang mencukupi agar proses pembuatan konten tiktok dapat berjalan lancar, motivasi dari teman untuk terus membuat konten tiktok, serta dukungan dari lingkungan pertemanan subjek untuk membantu mempromosikan akun konten tiktok milik subjek agar membantu dalam meningkatkan populeritas subjek. d) adanya dukungan sosial yang diperoleh dalam membuat konten tiktok seperti: dukungan dari keluarga dengan tidak membatasi subjek dalam berekspresi membuat konten tiktok, mendapatkan dukungan dari lingkungan teman berupa saran dan permintaan untuk terus membuat konten tiktok edukasi, mendapatkan dukungan berupa like serta komentar positif untuk meningkatkan populeritas subjek, serta mendapatkan pujian, tanggapan, masukan, serta perilaku istimewa dari orang lain kepada subjek untuk meningkatkan populeritas subjek. e) serta adanya kemampuan menyesuaikan diri dalam membuat konten tiktok seperti: mengikuti trend yang sedang fenomenal di kalangan pengguna tiktok, meningkatkan kualitas konten yang dibuat serta di unggah di aplikasi tiktok, memanfaatkan konten tiktok yang subjek miliki untuk berperan aktif dalam kegiatan sosial, meningkatkan kualitas editing dari konten tiktok yang subjek buat, mempromosikan konten tiktok yang subjek buat kepada lingkungan sosial subjek, serta membuat konten yang edukasi serta review sebuah produk yang sedang banyak diminati. Oleh karena itu subjek dapat terdorong untuk memiliki kecenderungan perilaku narsisme dalam membuat konten tiktok dengan adanya faktor pendorong tersebut.

Namun dalam membuat konten tiktok di masa pandemi covid-19 ini, tentu terdapat faktor penghambat yang membuat eksistensi subjek menjadi terkendala, faktor penghambat tersebut antara lain yaitu adanya hambatan yang dirasakan baik secara internal seperti menurunnya minat, suasana hati yang tidak stabil dsb serta adanya hambatan eksternal baik dari lingkungan pekerjaan, lingkungan rumah, serta maupun lingkungan sosial. Kemudian adanya dampak yang



dirasakan subjek akibat dari hambatan yang dirasakan oleh subjek tersebut dalam membuat konten tiktok, serta yang terakhir yaitu kemampuan subjek dalam memecahkan masalah atau hambatan tersebut.

#### **4.2 Saran**

Peneliti berharap subjek untuk dapat mempergunakan aplikasi tiktok di masa pandemi covid-19 ini secara efektif dan tidak berlebihan serta menunjukkan keeksistensian dalam membuat konten tiktok dengan positif serta sebaik mungkin tanpa adanya perasaan ingin lebih unggul dan disanjung oleh lingkungan sekitar subjek. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini menjadikan masyarakat mengetahui perilaku narsisme pada pengguna aplikasi tiktok dalam membuat konten di masa pandemi covid-19. Mengingat pentingnya mengetahui ciri – ciri, faktor pendorong, serta faktor penghambat dari perilaku narsisme pada pengguna aplikasi tiktok dalam membuat konten di masa pandemi covid-19.

Harapan peneliti semoga penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya. Selain itu, peneliti juga berharap agar penelitian selanjutnya memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan penelitian ini, sehingga data yang didapatkan lebih beragam.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adawiyah, D. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi* , Volume 14. No 2. hal 135-148.
- Aprilian, D., Elita, Y., & Afriyati, V. (2019). Hubungan antara Penggunaan Aplikasi Tiktok dengan Perilaku Narsisme pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Consilia: Jurnal Ilmiah BK* , Vol.2 No.3 Hal 220-228.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Desain Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten Di Era digital*. Jakarta: Diva Press.
- Hardani, Auliya, Grad.Cert.Biotech, dkk. (2020). *metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.

- Hutasolt, R. (2021). Cara Download Video Tiktok Tanpa Watermark, Anda Tak Butuh Aplikasi Tambahan. Retrieved from [Tribun-Medan.com: https://medan.tribunnews.com/2021/10/27/cara-download-video-tiktok-tanpa-watermark-anda-tak-butuh-aplikasi-tambahan](https://medan.tribunnews.com/2021/10/27/cara-download-video-tiktok-tanpa-watermark-anda-tak-butuh-aplikasi-tambahan).
- Kusuma, D. N., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi media sosial berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (studi kasus aplikasi tiktok). *Koneksi* , vol.4 No.2 Hal 372-379.
- Laeli, A. N., Sartika, E., Rahman, F. N., & Fatchurrahmi, R. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dan Harga Diri Terhadap Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram. *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi* , Vol.23 (1), Hal 27-40.
- Liang, S. (2021). Kecenderungan Perilaku Narsistik Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram. *Jurnal Experientia* , 9(1), 32-41.
- Najah, D. H., Putra, A. A., & Aiyuda, N. (2021). Kecenderungan Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa. *Psychopolytan: Jurnal Psikologi* , Vol.5 No.1 Hal 1-7.
- Pratama, S. M., & Muchlis. (2020). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020. *INCARE: International Journal Of educational Resources* , Vol, 1. No.2, Hal 102-115.
- Sabekti, R., Yusuf, A., & Predante, R. (2019). Aktualisasi Diri dan Kecenderungan Narsisme pada Remaja Akhir Pengguna Media Sosial. *Psychiatry Nursing Journal* , Vol.1, No.1, Hal 7-13.
- Sakinah, U., Zatrachadi, M. F., & Darmawati. (2019). Fenomena Narsistik di Media Sosial sebagai Bentuk Pengakuan Diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* , Vol.2, No.1, Hal 41-50.
- S.Ag., M. P. (2018). Metode Penelitian (Teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development). Jambi: Pusaka.
- Sakinah, U., Zatrachadi, M. F., & Darmawati. (2019). Fenomena Narsistik di Media Sosial sebagai Bentuk Pengakuan Diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* , Vol.2(1) Hal. 41-50.
- Stephanie, C. (2021, April 19). Kompas.com. Retrieved Agustus 30, 2022, from [Kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap](https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap).

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta Bandung.

Zuchdi, D., & Damayanti, R. (2019). Analisis Konten, Etnografi, Grounded Theory dan Hermeneutika dalam Penelitian. Jakarta: PT Bumi Aksara.