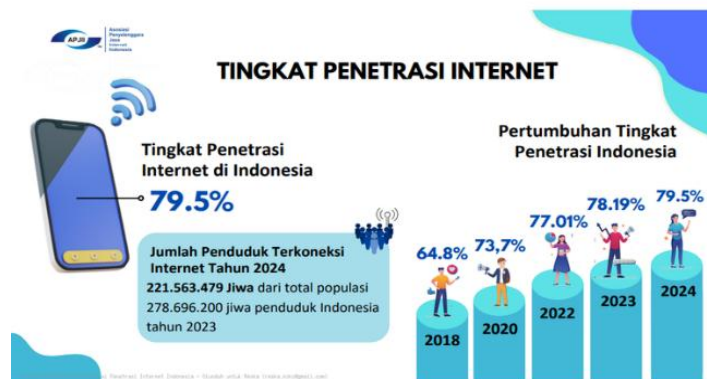


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut data survei terbaru tahun 2024, Asosiasi Jasa Pengguna Internet Indonesia merilis bahwa pengguna internet Indonesia berada pada angka 79.5% dan didominasi oleh Gen Z.¹ Gen Z atau generasi Z adalah istilah untuk menyebut generasi yang lahir pada rentang tahun 1997-2012,² sehingga diperkirakan generasi Z saat ini berusia 12 - 27 tahun. Seiring berkembangnya teknologi, internet semakin mudah digunakan melalui telepon seluler dan membuat Gen Z sangat lekat dengan internet.



Gambar 1
Grafik pengguna internet di Indonesia

¹ APJII, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang”, diakses pada 14 Mei 2024 dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

² Puspita Puji Rahayu, dkk., “Pemberian Edukasi Kepada Masyarakat Tentang Generasi Z dan Keunikannya” *Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia*. Vol. 1, no. 1 (2021), h. 44.

Internet menyediakan berbagai macam informasi yang disuguhkan melalui berbagai platform media sosial, salah satunya yaitu aplikasi tiktok.³ Tiktok sudah ada sejak September 2016 dirilis oleh Zhang Yiming melalui perusahaan Bytedance di China. Di Negara asalnya, aplikasi ini dikenal dengan nama Douyin. Dalam satu tahun aplikasi douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap harinya.⁴ Meskipun berasal dari China, Tiktok memiliki kemudahan layanan bahasa sehingga bisa diakses oleh seluruh dunia. Menurut laporan status digital Indonesia, tahun 2020 presentase pengguna tiktok di Indonesia sebanyak 17% dan tahun 2022 meningkat menjadi 40%.⁵

Sementara itu, perusahaan riset aplikasi *Bussiness of Apps* menunjukkan bahwa tiktok menjadi aplikasi yang paling banyak di unduh di Indonesia tahun 2023. Tercatat platform video pendek yang berada dibawah naungan Bytedance ini telah diunduh sebanyak 64,7 juta kali sepanjang tahun lalu.⁶

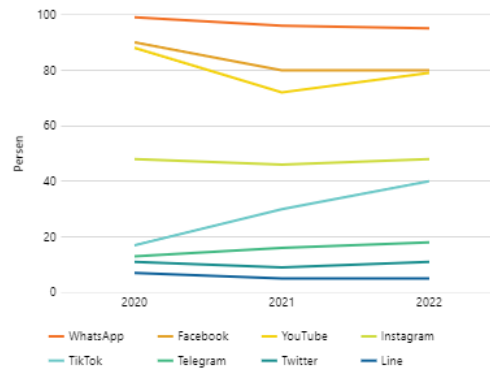
³ Pande Made Nata Wijaya, I Kadek Erry Suandita, Ni Made Della Maharani, Dr. Gde Bayu Surya Parwita, SE., MM, "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Medsos Tiktok : Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivitas", *Jurnal Prosiding Webinar Nasional Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, Vol. 2 (Januari 2022), h. 416

⁴ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Dewasa awal di Kabupaten Sampang", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 14, no. 2 (2020), h.. 136.

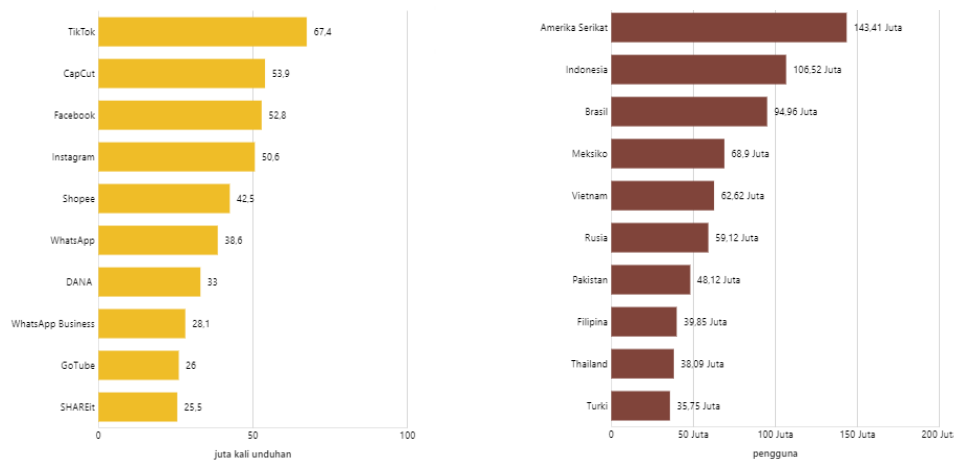
⁵ Cindy Mutia Annur, "Survei KIC-Kominfo: Pengguna TikTok di Indonesia Meroket Tajam Semenjak Pandemi Covid-19" diakses pada 14 Mei 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/01/survei-kic-kominfo-pengguna-tiktok-di-indonesia-meroket-tajam-semenjak-pandemi-covid-19>

⁶ Nabilah Muhammad, "Tiktok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia pada 2023", diakses pada 14 Mei 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-di-indonesia-pada-2023>

Pada tahun yang sama, Indonesia menduduki peringkat kedua dengan jumlah pengguna tiktok terbanyak dunia yaitu mencapai 106,52 juta pengguna.⁷



Gambar 2
Grafik Presentase Pengguna Tiktok Indonesia



Gambar 3
Grafik Pengunduhan Aplikasi Tiktok 2023

Gambar 4
Grafik Peringkat Pengguna Tiktok Dunia

⁷ Cindy Mutia Annur, "Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia", diakses pada 14 Mei 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>

Aplikasi tiktok semakin menarik dengan berbagai fitur yang membuat penggunanya tidak hanya dapat mencari informasi atau melihat konten orang lain, tetapi juga membuat konten mereka sendiri.⁸ Terdapat istilah yang sangat populer dalam aplikasi tiktok yaitu FYP (*For Your Page*). Konten yang dikategorikan FYP adalah konten yang muncul di beranda atau halaman utama aplikasi tiktok dan memiliki peluang ditonton lebih banyak pengguna. Konten kreator tiktok juga banyak yang memanfaatkan *hashtag* FYP agar konten mereka masuk FYP dan semakin sering di tonton.⁹ Tidak hanya menggunakan *hashtag*, para pengguna tiktok juga memanfaatkan tren yang sedang berlangsung untuk menjadikan konten mereka FYP.

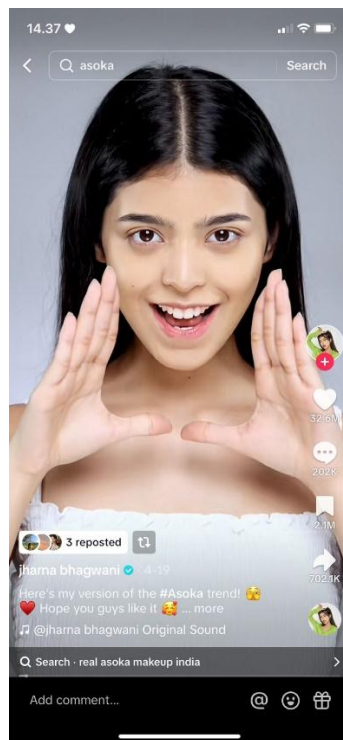
Tren yang ada dalam aplikasi tiktok sangat beragam, dari mulai tren kebugaran, interpretasi emosional, pemandangan, kecantikan, dan gerakan fisik yang mewakili tren mode.¹⁰ Belum lama ini tren yang marak di tiktok adalah tren *make up* atau kecantikan. Salah satu diantara berbagai tren yang ada di tiktok adalah tren *make up* Asoka. Tren ini termotivasi dari film Asoka yang rilis tahun 2001, meskipun filmnya sudah lama akan tetapi kepopulerannya mampu menginspirasi ribuan konten kreator di seluruh dunia

⁸ Putri Naning Rahmana, Dhea Amalia Putri N, Rian Damariswara, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 11, no. 2 (Desember 2022), h. 403

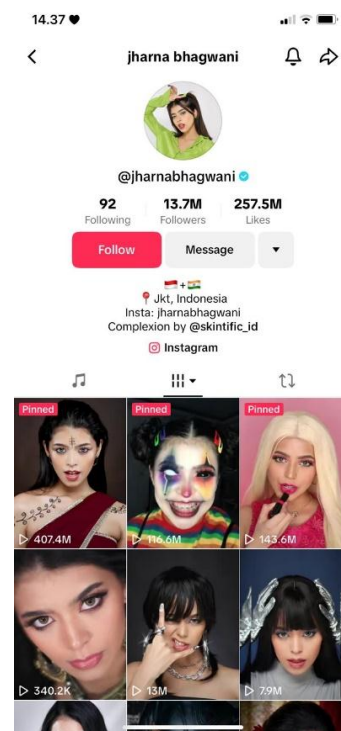
⁹ Puri wulandari, "Hubungan Self-Esteem dengan Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Tiktok di Fakultas Psikologi UIN Malang" (Skripsi S1 Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022), h. 3

¹⁰ Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid, "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, no. 2 (Juni 2020), h. 76

untuk menciptakan konten *make up* bertema Asoka.¹¹ Salah satu konten kreator yang berhasil mendapatkan banyak respon baik dalam tren Asoka yaitu Jharna Bhagwani. Postingan miliknya sudah ditonton lebih dari 407 juta kali di tiktok.¹²



Gambar 5
Konten Tren Ashoka Jharna



Gambar 6
Akun Tiktok Jharna Bhagwani

¹¹ Riamitasari, “Tren Make Up Asoka Viral di Sosial Media” diakses pada tanggal 26 Juli 2024 dari <https://rri.co.id/hiburan/676501/tren-make-up-asoka-viral-di-sosial-media>

¹² Akun Jharna Bhagwani, “Ashoka Trend” diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 dari <https://www.tiktok.com/@jharnabhagwani/video/7359545637584637190?lang=id-ID>

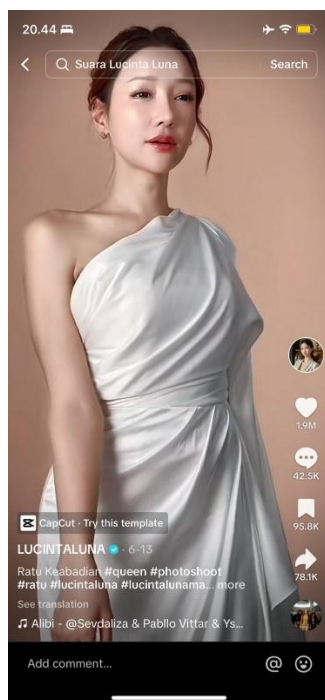
Pengguna tiktok menjadikan tren sebagai bentuk penunjukkan diri untuk mendapatkan suatu penghargaan dari orang lain dan membuat prestasi untuk diri mereka sendiri dengan berpartisipasi dalam tren tersebut. Dari fenomena tren Asoka tersebut misalnya, dalam proses pembuatan video para konten kreator membutuhkan waktu yang lama dan ketrampilan *make up* serta editing yang menarik. Ketika semua hal diatas dapat dilakukan dan menghasilkan konten yang sesuai dengan tren, maka akan muncul kepuasan tersendiri bagi para pengguna tiktok.¹³ Selain tren *make up* Asoka, baru-baru ini video Lucinta Luna dengan *backsound* lagu Alibi dari Sevdaliza menjadi viral dan trending di tiktok.

Video Lucinta Luna menjadi tren di kalangan pengguna tiktok lantaran video tersebut menampilkan kecantikan Lucinta Luna yang seorang *transgender* berbalut *dress body fit* berwarna putih menjadikan kemolekan tubuhnya sangat terlihat menawan bak seorang ratu. Hal tersebut membuat videonya mendapatkan banyak pujian dari netizen, bahkan sang pemilik lagu Sevdaliza pun meninggalkan komentar positif di video tersebut.¹⁴ Tidak tanggung-tanggung saat ini video Lucinta Luna tersebut sudah ditonton

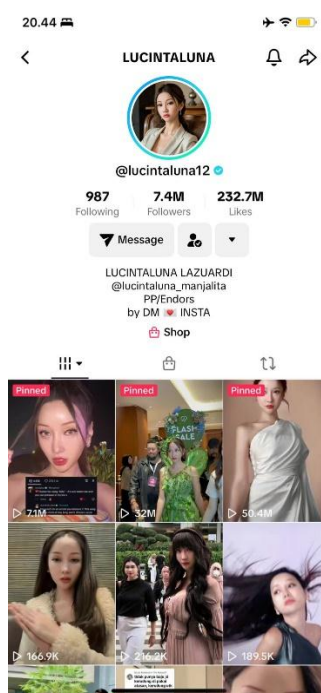
¹³ Sumekar Tanjung, "Tren 'Asoka Challenge': bagaimana Tiktok mengubah Cara Kita Berkomunikasi dan Berekspresi di Media Sosial", The Conversation Indonesia diakses pada 26 Juli 2024 dari <https://theconversation.com/tren-asoka-challenge-bagaimana-tiktok-mengubah-cara-kita-berkomunikasi-dan-berekspresi-di-media-sosial-233346>

¹⁴ Ayesha Putri, "Viral Lucinta Luna Pakai Sound Alibi, Dipuji Netizen Hingga dapat Ucapan Spesial dari Sevdaliza" diakses pada tanggal 24 Juli 2024 dari Viva.co.id <https://www.viva.co.id/trening/1732172-viral-lucinta-luna-pakai-sound-alibi-dipuji-netizen-hingga-dapat-ucapan-spesial-dari-sevdaliza>

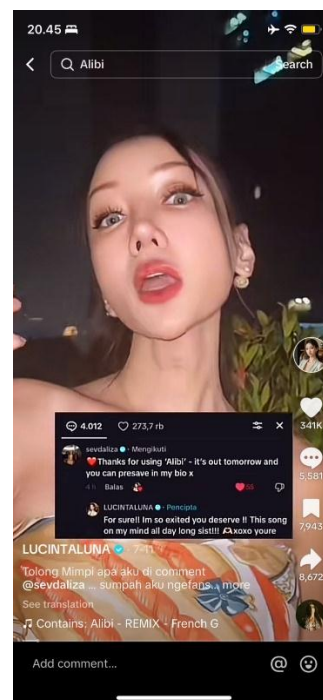
hingga 50,4 juta kali dan disukai 1,9 juta pengguna tiktok.¹⁵ Hal tersebut menunjukkan bahwa tiktok memberikan banyak ruang kebebasan berekspresi dan meningkatkan imajinasi serta kreatifitas untuk berinteraksi melalui media social.¹⁶



Gambar 7
Tren Alibi Lucinta Luna



Gambar 8
Akun Tiktok Lucinta Luna



Gambar 9
Komentar Sevdaliza di konten Lucinta Luna

¹⁵ Lucinta Luna, "Trend Alibi" diakses pada 18 Agustus 2024 dari <https://www.tiktok.com/@lucintaluna12/video/7379958940785708293>

¹⁶ Abel Abdi Putra Pratama, Sri Narti, Yanto, "Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok" *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, Vol. 10, no. 2 (Desember 2023), h. 776

Kemudahan akses dan kebebasan ruang yang diberikan oleh aplikasi tiktok ini membuat tiktok menjadi salah satu aplikasi yang paling di minati. Rasa senang dan puas saat berbagai fitur dari tiktok dapat dengan mudah menghasilkan konten menarik dan ditonton banyak orang, menyebabkan penggunaan tiktok yang berulang dan terus menerus sehingga intensitas penggunaan tiktok menjadi tinggi.¹⁷ Hal tersebut berdampak pada aktivitas pengguna yang cenderung menghabiskan waktunya untuk menggunakan tiktok sehingga berpengaruh juga terhadap perilaku pengguna tiktok. Ironisnya, banyak Gen Z yang rela untuk meniru tren dan melakukan berbagai cara demi mendapatkan banyak perhatian dari pengguna tiktok yang lain sehingga menjadi FYP dan viral.¹⁸

Keinginan seseorang untuk menjadi viral dan diperhatikan banyak orang ini mengacu pada perilaku narsisme. Perilaku narsisme yang biasa dicerminkan oleh para pengguna tiktok adalah merasa bangga bahwa mereka memiliki keistimewaan dan prestasi apabila konten yang diunggah mendapat banyak penonton, like, komentar dan pujian dari pengguna lain. Hal tersebut dapat memicu terjadinya persaingan antar pengguna di tiktok dan merasa iri apabila konten orang lain lebih populer dibandingkan miliknya.¹⁹ Perilaku

¹⁷ Dita Hidayatul Najah, Ardian Adi Putra, Nurul Aiyuda, "Kecenderungan Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa", *Jurnal Psikologi*, Vol. 5, no. 1 (Agustus 2021), h. 4

¹⁸ Putri Sari, Septya Suardja, Irham Zainuri, Hadi Pajarianto, "Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsistik" *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, Vol. 8, no. 1 (Januari 2023), h. 2

narsisme pada dewasa awal terutama Gen Z saat ini sudah semakin meningkat mengingat semakin banyaknya tren yang berisi tentang konten unjuk diri seperti fenomena yang sudah dijelaskan diawal yaitu tren ashoka dan Alibi.

Penelitian terdahulu oleh Putri Sari, Septya, Irham, dan Hadi menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan aplikasi tiktok dan kecenderungan narsisme pada 165 mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Intensitas penggunaan tiktok yang tinggi dapat mendatangkan banyak hal baru di kehidupan sosial, salah satunya perilaku narsisme. Perilaku narsisme ditimbulkan dari rasa percaya diri yang berlebihan.²⁰ Tidak hanya dilihat dari fisik dan penampilan, cakupan narsisme lebih luas dipandang juga dari segi gaya hidup, finansial dan juga prestasi. Kecenderungan narsisme membuat seseorang akan lebih memperhatikan kesenangan pribadi dan kurang peduli terhadap perasaan orang lain.²¹

Di Kebumen, terdapat salah satu organisasi yang beranggotakan dewasa awal termasuk Gen Z yaitu Pimpinan Cabang IPNU IPPNU Kebumen biasa disebut dengan PC IPNU IPPNU Kebumen. IPNU IPPNU sendiri adalah badan otonom dari organisasi masyarakat di Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama (NU). PC IPNU IPPNU Kebumen banyak memanfaatkan tiktok sebagai

¹⁹ Rijal Abdillah, Widya Finda Maika, "Harga Diri dan Perilaku Narsisme Pengguna Tiktok pada Mahasiswa", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 9, no. 18 (September 2023), h. 694

²⁰ Putri Sari, Septya Suardja, Irham Zainuri, Hadi Pajarianto, "Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kecenderungan Perilaku Narsistik" *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, Vol. 8, no. 1 (Januari 2023), h. 6

²¹ *Ibid.*, h. 6

sarana branding baik personal anggotanya maupun branding organisasi. Selain sebagai sarana branding, tiktok juga digunakan untuk membuat video kreatif dokumentasi dari kegiatan-kegiatan yang diadakan. Hal tersebut dapat dilihat dari akun tiktok dan beberapa postingan tentang IPNU IPPNU Kebumen di aplikasi tiktok.



Gambar 10
Akun Tiktok IPNU
IPPNU Kebumen²²



Gambar 11
Dokumentasi Kegiatan
Pelantikan²³



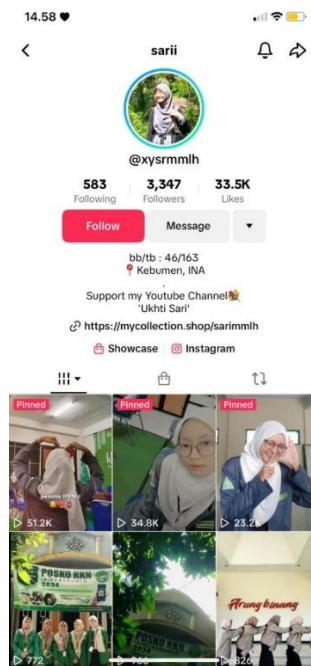
Gambar 12
Foto anggota IPPNU
Kebumen saat mengikuti
pelantikan²⁴

²² Ipnuiippnukebumenkota, “Akun Tiktok IPNU IPPNU Kebumen Kota” diakses pada 18 Agustus 2024 dari <https://www.tiktok.com/@ipnuippnukebumenkota? t=8oycVDsmNNY& r=1>

²³ Khoiril, “Sisa Pelantikan PKPT IPNU IPPNU IAINU Kebumen Masa Khidmat 2022-2023” diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 dari <https://vt.tiktok.com/ZS2YF58fo/>.

²⁴ Enjelinaptry, “PK IPNU IPPNU IAINU Kebumen” diakses pada 18 Agustus 2024 dari https://www.tiktok.com/@im_ciprut/video/7324944207322418438

Video yang dibuat dan diunggah oleh para anggota PC IPNU IPPNU Kebumen di tiktok pun sangat beragam dan ekspresif. Beberapa akun tiktok anggota PC IPNU IPPNU Kebumen memiliki banyak pengikut dan penonton. Seperti akun milik Khusnul Sari Muamalah, yang merupakan anggota dari Lembaga Korp Pelajar Putri PC IPNU IPPNU Kebumen yang telah memiliki 3.347 pengikut dan 33,5 juta like. Salah satu konten miliknya yang memperlihatkan pesona dirinya sebagai IPPNU sudah ditonton lebih dari 51 ribu kali dan disukai lebih dari 3 ribu orang.²⁵



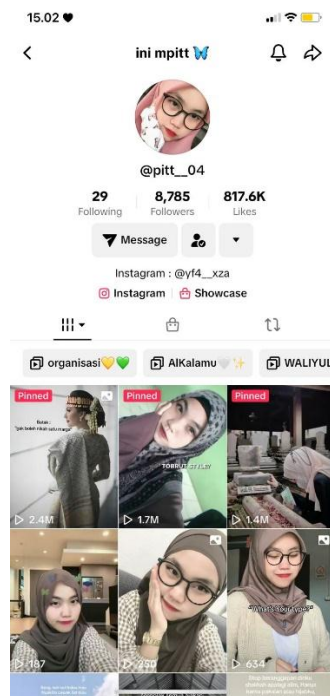
Gambar 13
Akun Tiktok Milik Khusnul Sari Muamalah



Gambar 14
Konten milik Sari yang Ditonton lebih dari 51 ribu kali

²⁵ Sari, “Akun Tiktok @xysrmlh” diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 dari <https://www.tiktok.com/@xysrmlh>

Selain akun milik Khusnul Sari, salah satu anggota Departemen Pesantren dan Sosial Kemasyarakatan PC IPNU IPPNU Kebumen yaitu Fitri Aryanti juga sudah memiliki lebih dari 8 ribu pengikut dan 800 ribu like. Konten miliknya yang mengikuti tren tentang adat pernikahan di tahun 2023 lalu bahkan sudah ditonton lebih dari 2 juta kali dan mendapatkan like sebanyak 148 ribu lebih. Tidak hanya itu, konten milik Fitri yang memperlihatkan dirinya dengan dua style berpakaian juga mendapatkan banyak like yaitu lebih dari 128 ribu dan sudah ditonton 1,7 juta kali.²⁶



Gambar 15
Akun Tiktok Milik Fitri Aryanti

²⁶ Ini Mpitt, “Akun Tiktok @pitt_04” diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 dari https://www.tiktok.com/@pitt_04

Fenomena diatas menunjukkan bahwa tidak hanya dari kalangan atas, siapapun bisa menjadi terkenal dan diketahui banyak orang melalui aplikasi tiktok. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian apakah ada pengaruh dari intensitas penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme anggota Pimpinan Cabang IPNU IPPNU Kebumen atau tidak. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis menggunakan teori yang sudah ada.

Teori yang digunakan yaitu teori Stimulus Organism Respon (S-O-R). Teori S-O-R mengacu pada proses dimana suatu rangsangan mampu memberikan efek atau pengaruh terhadap organisme atau seseorang.²⁷ Maka, dari penjelasan diatas, diharapkan peneliti dapat mengetahui apakah ada pengaruh dari intensitas penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme anggota Pimpinan Cabang IPNU IPPNU Kebumen.

B. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas tinjauan dan melebar pembahasannya, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah pada penelitian ini adalah pengaruh intensitas penggunaan aplikasi tiktok dengan objek penelitiannya adalah anggota PC IPNU IPPNU Kebumen periode 2023/2025 yang berusia 18-24 tahun. Anggota PC IPNU IPPNU Kebumen yang menjadi objek penelitian harus

²⁷ Klara Delviyana, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix" (Skripsi S1 Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2021), h. 31

mempunyai akun tiktok dan aktif dalam penggunaannya. Pembatasan ini diadakan untuk membuat pembahasan lebih terarah, serta dapat dikaji secara lebih mendalam dan efektif.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan diambil pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh dari intensitas penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme anggota PC IPNU IPPNU Kebumen?
2. Seberapa besar intensitas penggunaan aplikasi tiktok oleh anggota PC IPNU IPPNU Kebumen?

D. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk menjelaskan istilah-istilah pokok yang terdapat dalam judul. Beberapa kata kunci permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) seseorang yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.²⁸ Adapun pengaruh menurut Surakhmad yaitu kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau

²⁸ Departemen Pendidikan Nasional, KBBI, Balai Pustaka, Jakarta, 2007, h. 747

perubahan.²⁹ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang dimaksud pada penelitian ini adalah segala sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang baik mengarah pada positif ataupun negative.

2. Intensitas penggunaan aplikasi tiktok

Intensitas adalah kemampuan atau kekuatan, gigih tidaknya, kehebatan.³⁰ Sedangkan dalam kamus *psychology*, intensitas diartikan sebagai kuatnya tingkah laku atau pengalaman, atau sikap yang dipertahankan.³¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) intensitas adalah keadaan tingkat atau ukuran intens.³² Intens bisa diartikan sebagai sesuatu yang hebat atau sangat kuat, tinggi, bergelora, penuh semangat, berapi-api, berkobar-kobar dan sangat emosional.

Penggunaan adalah proses, pembuatan, cara memakai, pemakaian.³³ Dalam kamus praktis bahasa Indonesia penggunaan adalah cara memakai, penggunaan.³⁴ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan adalah kegiatan memakai

²⁹ Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, (Bandung: Teknik Tarsito, 1982), h.7

³⁰ Partanto, dkk., *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Penerbit Arloka, t.th.) h. 265.

³¹ Ashari M. Hafi, *Kamus Psychology* (Surabaya: Usaha Nasional, 1996) h. 297.

³² Departemen Pendidikan Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2003) h. 383.

³³ *Ibid.*, h.716

³⁴ Hehanian dan Farlin, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2002) h. 170.

atau menggunakan sesuatu yang dilakukan dengan intens atau dipertahankan. Intensitas penggunaan yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah kegiatan memakai aplikasi media sosial yaitu tiktok secara rutin, bertahan atau terus menerus.

3. Perilaku narsisme

Narsisme merupakan perasaan cinta terhadap diri sendiri yang berlebihan.³⁵ Narsisme bisa diartikan sebagai kondisi dimana seseorang memiliki pengalaman yang ia rasa sebagai salah satu kenyataan dari tubuhnya, kebutuhannya, perasaannya, pikirannya. Orang lain atau kelompok lainnya tidak menjadi bagian dari dirinya dan tidak dianggap nyata, inferior, tidak berarti, dan tidak diperlukan. Bahkan ketika yang lain dianggap sebagai ancaman, apapun bisa dilakukan, melalui agresi sekalipun.

4. PC IPNU IPPNU Kebumen

IPNU IPPNU adalah organisasi sosial masyarakat yang bergerak di bidang pelajar, santri serta pemuda yang garapannya berada di sekolah, pesantren serta masyarakat.³⁶ Menurut Muttaqin dalam bukunya, IPNU IPPNU yang merupakan kepanjangan dari Ikatan Anggota Nahdlatul Ulama dan Ikatan Anggota Putri Nahdlatul Ulama

³⁵ Sigmund Freud, *Pengantar Umum Psikoanalisis*, terj. Haris Setiowati (Yogyakarta: Pustaka Anggota, 2009) h. 543.

³⁶ Rofik Kamilun, *Buku Saku IPNU IPPNU Provinsi Jawa Tengah* (Semarang: Adi Offset, 2001), h. 31.

ialah sebutan untuk dewasa awal, anggota atau santri putra (laki-laki) dan putri (perempuan). IPNU IPPNU memiliki peran sebagai media memaksimalkan potensi-potensi generasi muda usia anggota dan mahasiswa.³⁷ Pada Kongres XX IPNU dan XIX IPPNU mengesahkan usia anggotanya adalah 13-24 tahun.³⁸

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari intensitas penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme anggota PC IPNU IPPNU Kebumen atau tidak.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar intensitas penggunaan aplikasi tiktok oleh anggota PC IPNU IPPNU Kebumen

2. Kegunaan

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan untuk sebagai tambahan wawasan dalam mewujudkan karakter anggota yang aktif dan positif menjadi generasi yang melek media. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengurangi pengaruh buruk atau negatif dari perilaku narsisme

³⁷ Muttaqin, *Bait-Bait Opini Anak Negeri* (Sukabumi: Jejak, 2018), h. 88-89.

³⁸ Muhammad Syakir NF, "Usia Maksimal Pengurus IPNU dan IPPNU Diturunkan JAdi 24 Tahun" diakses pada 15 Mei 2024 dari <https://www.nu.or.id/nasional/usia-maksimal-pengurus-ipnu-dan-ippnu-diturunkan-jadi-24-tahun-oWxq6>

dikalangan anggota baik secara khusus di PC IPNU IPPNU Kebumen, maupun anggota dan masyarakat secara umum.

b. Kegunaan Bagi PC IPNU IPPNU Kebumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh positif bagi PC IPNU IPPNU untuk lebih bijak dan kreatif dalam menggunakan aplikasi tiktok.

c. Kegunaan Bagi Penulis

Memberikan tambahan wawasan ilmu dan pemahaman bagi penulis tentang pengaruh dari perkembangan teknologi masa kini terhadap perilaku narsisme, baik teori maupun praktiknya.

F. Tinjauan Pustaka/Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini sebagai bahan perbandingan. Hasil penelitian terdahulu ini digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah. Penelitian terdahulu yang digunakan pastinya mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini.

Tabel 1.1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian

No.	Nama	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Kenakalan Siswa	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu membahas tentang pengaruh dari intensitas	Penelitian oleh Abdi ini meneliti pengaruh intensitas media sosial secara umum, sedangkan pada penlitian ini terdapat

	SMAN 3 Tualang oleh M. Abdi. ³⁹	penggunaan media sosial dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.	spesifikasi yaitu aplikasi tiktok. Perbedaannya juga terletak pada objek yang dikaji dan variabel terikat yang diteliti.
2.	Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme oleh Raja Nadira Shaheila Putri. ⁴⁰	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Raja Nadira terletak pada variabel terikatnya yaitu perilaku narsisme. Selain itu, penelitian oleh Raja Nadira juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif sama dengan penelitian ini.	Perbedaannya berada pada aplikasi yang diteliti, yaitu penelitian ini menggunakan aplikasi tiktok sedangkan penelitian oleh Raja Nadira menggunakan aplikasi instagram. Teori yang digunakan oleh penelitian Raja Nadira dan penelitian ini juga berbeda, yaitu teori Uses and Gratification digunakan oleh Raja Nadira dan teori S-O-R yang digunakan pada penelitian ini.
3.	Bimbingan Keagamaan Dalam Mencegah Perilaku Narsistik pada Aktivis Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (Rabbani) Fakultas Dakwah	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian oleh Zakia pada tema perilaku yang dikaji yaitu perilaku narsisme.	Penelitian oleh Zakia menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, interview, dan dokumentasi. Berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan jenis penelitian

³⁹ Muhamad Abdi Dwi Bagas, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Kenakalan Siswa SMAN 3 Tualang", (Skripsi S1 Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau, 2021)

⁴⁰ Raja Nadira Shaheila Putri, "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme", (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022).

	dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung oleh Zakia Ayu Ulfandari. ⁴¹		kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.
4.	Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix (Studi Pada Followers Instagram @netflixid) oleh Klara Delviyana. ⁴²	Persamaan penelitian oleh Klara dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitiannya yaitu mengkaji pengaruh atau pengaruh dari media sosial. Persamaannya juga terletak pada teori yang digunakan yaitu teori S-O-R dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.	Perbedaannya terletak pada aplikasi media sosial yang diteliti yaitu aplikasi yang digunakan pada penelitian oleh Klara yaitu instagram berbeda dengan penelitian ini yang fokus pada aplikasi tiktok.
5.	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo oleh	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian oleh Khoridzatul terkait variabel penelitian yang diteliti, yaitu pengaruh penggunaan tiktok terhadap	Perbedaannya terletak pada teori yang dipakai yaitu teori uses and gratification digunakan oleh Khoridzatul sedangkan penelitian ini menggunakan teori S-O-R.

⁴¹ Zakia Ayu Ulfandari, "Bimbingan Kegamaan dalam mencegah perilaku Narsistik pada Aktivis Unit Kegiatan Mahasiswa FAkultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (Rabbani) FAkultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung" (Skripsi S1 UIN Raden Intan Lampung, 2019).

⁴² Klara Delviyana, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix" (Skripsi S1Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2021).

	Khoridzatul Wahyu Faizah. ⁴³	perilaku narsisme.	
6.	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado oleh Armylia Malimbe, dkk. ⁴⁴	Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh dari penggunaan aplikasi tiktok, dimana memiliki kesamaan dengan penelitian oleh Armylia. Perbedaannya terletak pada objek yang dikaji yaitu, mahasiswa sosiologi di Universitas Sam Ratulangi Manado adalah objek dari penelitian Armylia, sedangkan pada penelitian ini objeknya adalah anggota organisasi IPNU IPPNU.	Perbedaannya juga terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif pada penelitian Armylia dan penelitian kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini.
7.	Narsisme dan Implikasinya Terhadap Gangguan Kepribadian Narsistik Perspektif Al Qur'an oleh Saidah dan Afidatur Rohmah. ⁴⁵	Penelitian oleh Saidah dan Afidatur memiliki kesamaan dengan penelitian ini pada fokus pembahasannya mengenai perilaku narsisme.	Perbedaannya juga terletak pada metode penelitian, dimana penelitian oleh Saidah dan Afidatur ini melalui studi kepustakaan sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.

⁴³ Khoridzatul wahyu Faizah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo" (Skripsi S1 Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022).

⁴⁴ Armylia Malimbe, dkk, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado", *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 1, no. 1 (2021).

⁴⁵ Saidah, Afidatur Rohmah, "Narsisme dan Implikasinya Terhadap Gangguan Kepribadian Narsistik Perspektif Al-Qur'an", *Jurnal Studi Al Qur'an dan Tafsir*, Vol. 5, no. 2 (2021).

G. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan dasar berfikir untuk mengkaji dan menjelaskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian. Teori-teori ini digunakan untuk menjadi landasan penelitian agar terarah dan memperoleh kebenaran. Adapun teori-teori tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pengaruh memiliki arti daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁴⁶

Dari pengertian diatas, pengertian pengaruh yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang.

2. Intensitas penggunaan aplikasi tiktok

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok

Menurut Mulyana, ada dua faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok yaitu :

1) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan, keinginan atau harapan, perhatian,

⁴⁶ Departemen Pendidikan Nasional, KBBI, Balai Pustaka, Jakarta, 2007, h. 747

prose belajar, keadaan fisik, kebutuhan minat dan motivasi.⁴⁷ Sedangkan menurut W. Wundt, perasaan tidak hanya dapat dilihat atau dialami oleh individu sebagai perasaan senang atau sedih, melainkan dapat dilihat dari berbagai dimensi. Faktor internal menurut W. Wundt ini tidak hanya perasaan tapi juga tingkah laku.⁴⁸ Jadi dapat disimpulkan dari kedua pendapat tersebut, faktor internal dari penggunaan aplikasi tiktok adalah perasaan dan tingkah laku yang mencerminkan dari perasaan seseorang untuk menggunakan aplikasi tiktok atau tidak.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari pengaruh luar diri seseorang, seperti informasi, pengetahuan, intensitas, kejadian atau hal baru yang ditemui. Adanya berbagai macam informasi dan pengetahuan yang bisa diperoleh melalui aplikasi tiktok ini membuat seseorang ingin menggunakannya. Informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi

⁴⁷ Meilla Dwi Nurmala, Stevany Afrizal, Tubagus Umar Syarif HAdi Wibowo, "Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa", Jurnal Hermeneutika Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Vol. 8 No. 1, Mei 2022

⁴⁸ Armylia Malimbe, dkk, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat BELajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado", Jurnal Ilmiah Society, Vol. 1, no. 1 (2021), h. 4-5.

konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Maka bisa disimpulkan dari uraian di atas faktor eksternal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok ini adalah informasi.⁴⁹

b. Pengertian Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok

Intensitas menurut KBBI ialah suatu keadaan mengukur intens. Penggunaan dari kata “guna” diartikan sebagai suatu metode atau kegiatan dalam melakukan pemakaian. Dengan begitu, intensitas penggunaan adalah besarnya kemampuan dalam perilaku berdasarkan tingkatan tertentu ketika menggunakan sesuatu.⁵⁰ Dalam hal ini, sesuatu yang dimaksud adalah media sosial, yaitu aplikasi tiktok. Intensitas penggunaan aplikasi tiktok yaitu lama durasi atau banyaknya waktu yang dihabiskan pada suatu perilaku sosial kehidupan dalam menggunakan aplikasi tiktok, sehingga menjadi rutinitas atau kebiasaan, serta seberapa jauh perilaku sosial dan emosional pada penggunaannya. Dari intensitas tersebut, dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, sebagai berikut :⁵¹

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 5

⁵⁰ Muhamad Abdi Dwi Bagas, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Kenakalan Siswa SMAN 3 Tualang”, (Skripsi S1 Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau, 2021), h. 19.

⁵¹ *Ibid.*, hal. 2-21

- 1) *Light Users* atau pengguna dengan waktu pemakaian yang rendah (kurang dari 10 jam per bulan)
- 2) *Medium Users* atau pengguna sedang dengan waktu pemakaian 10-40 jam perbulan
- 3) *Heavy Users* atau pengguna dengan waktu pemakaian yang tinggi (lebih dari 40 jam perbulan)

Intensitas pengguna ini diukur berdasarkan indikator menurut W.J.S Purwadarminta sebagai berikut⁵² :

a) Perhatian

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap suatu objek tertentu yang menjadi target perilaku. Perhatian dalam penggunaan aplikasi tiktok berarti tersitanya perhatian baik waktu maupun tenaga individu untuk menggunakan aplikasi tiktok.

b) Penghayatan

Penghayatan berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian dipahami, dinikmati, dan disimpan sebagai pengetahuan baru bagi individu. Penghayatan pengguna aplikasi tiktok berupa pemahaman dan penyerapan isi atau konten tiktok yang kemudian dijadikan informasi dan disimpan sebagai pengetahuan oleh pengguna.

⁵² Bimowalgito, **Psikologi Sosial** (Yogyakarta : Andi Offset, 1994), h. 12.

c) Durasi

Durasi merupakan lamanya waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi disini berarti berapa lama dan banyaknya waktu yang dihabiskan untuk menggunakan aplikasi tiktok oleh pengguna.

d) Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Penggunaan aplikasi tiktok berbeda-beda tergantung pada tingkat sering atau tidaknya seseorang mengakses aplikasi tiktok.

3. Perilaku narsisme

Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Secara biologis, perilaku diartikan sebagai tindakan atau aktivitas manusia yang membentang luas, seperti bekerja, berbicara, menangis, dan sebagainya.⁵³ Narsisme merupakan perilaku dan cara berpikir orang dengan kepribadian yang cenderung sangat memperhatikan tingkah dan penampilan diri.

Narsisme didefinisikan sebagai suatu kesatuan emosi dan motivasi yang manifestasinya menampilkan diri secara angkuh dan memiliki konsep diri yang tinggi, berusaha mencari pengakuan terhadap

⁵³ Notoatmodjo, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, (Jakarta : Rinneka Cipta, 2010), h. 17.

kelebihannya, mementingkan diri sendiri.⁵⁴ Seseorang dapat dikatakan mempunyai perilaku narsisme ditandai dengan kepribadian sebagai berikut :

- a. Merasa diri paling hebat
- b. Memiliki rasa iri pada orang lain atau menganggap orang lain iri kepadanya
- c. Fantasi kesuksesan dan kepintaran
- d. Sangat ingin dikagumi
- e. Kurang empati
- f. Merasa layak memperoleh keistimewaan
- g. Angkuh dan sensitif terhadap kritik
- h. Kepercayaan diri yang semu
- i. Yakin bahwa dirinya khusus⁵⁵

Narsisme sendiri memiliki dua sisi, yaitu positif dan negatif. Narsisme yang sehat diinspirasi oleh Carl Goldberg sebagai usaha untuk memenuhi keberadaan manusia, narsisme pada rasa positif akan memperkaya pengalaman manusia.⁵⁶ Narsisme dalam peranan positif dapat membiasakan seseorang untuk berhenti bergantung pada standar

⁵⁴ Raja Nadira Shaheila Putri, "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme", (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022), h. 13.

⁵⁵ *Ibid.*, hal. 33-38

⁵⁶ Dian Bugiardo, *Berkomunikasi Ala Net-Generation* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2015), h. 75.

dan prestasi orang lain. Namun apabila jumlahnya berlebihan, dapat menjadi suatu kelainan kepribadian yang bersifat patologis.⁵⁷

Sisi negatif dalam narsisme ini berupa kecintaan fisik yang berlebihan yang sangat dangkal seperti diceritakan pada mitos Narcissus.⁵⁸ Kemudian di dalam Al Qur'an narsisme ini sebenarnya tidak memiliki padanan kata yang maknanya sesuai, namun di dalam terminologi klasik narsisme masuk dalam kategori akhlak tercela.⁵⁹

4. Anggota IPNU IPPNU

IPNU merupakan singkatan dari Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama. IPNU adalah salah satu organisasi yang ada di Indonesia dan badan otonom dari Nahdlatul Ulama yang bersifat keterpelajaran, kekeluargaan, kemasyarakatan, dan keagamaan (organisasi yang mewadahi pelajar putra).⁶⁰ Sedangkan IPPNU merupakan singkatan dari Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama. IPPNU adalah organisasi yang mewadahi pelajar putri yang bersifat keterpelajaran, kekeluargaan, kemasyarakatan, dan keagamaan, serta bersifat nirlaba.⁶¹

⁵⁷ Zakia Ayu Wulandari, "Bimbingan Kegamaan dalam mencegah perilaku Narsistik pada Aktivis Unit Kegiatan Mahasiswa FAKultas (UKMF) Rohani Belia Bina Islam (Rabbani) FAKultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung" (Skripsi S1 UIN Raden Intan Lampung, 2019), h. 49.

⁵⁸ Agung Herutomo, *Conquering WEB 2.0 : Tetap Kreatif di Tengah Kondisi Apapun* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2010), h. 95-96.

⁵⁹ Saidah, Afidatur Rohmah, "Narsisme dan Implikasinya Terhadap Gangguan Kepribadian Narsistik Perspektif Al-Qur'an", *Jurnal Studi Al Qur'an dan Tafsir*, Vol. 5, no. 2 (2021), h.257.

⁶⁰ PW IPNU Jawa Timur, *PD/PRT PW IPNU Jawa Timur*, (Surabaya: 2003), h. 2.

⁶¹ PP IPPNU, *Rancangan Materi Kongres PP IPPNU*, (Jakarta: 2003), h. 14-15.

IPNU IPPNU memiliki anggota yang berasal dari sekolah umum, madrasah, santri, mahasiswa, dan masyarakat yang masih berusia remaja dan dewasa awal sehingga bisa dikatakan termasuk ke dalam Gen Z. Anggota dari organisasi ini tidak harus mereka yang duduk di bangku sekolah akan tetapi juga bagi mereka yang tidak bersekolah selama memenuhi usia sebagai IPNU IPPNU. Usia yang di atur dalam Hasil Kongres atau Forum Musyawarah tertinggi di IPNU IPPNU adalah 13-24 tahun.⁶²

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang akan menjadi objek penelitian adalah anggota yang tergabung dalam organisasi IPNU IPPNU di tingkat Pimpinan Cabang Kabupaten Kebumen, dan memiliki rentang usia 18-24 tahun. Dalam hal ini, usia 18-24 tahun merupakan usia yang produktif dan hampir sebagian besar dewasa awal Gen Z di usia tersebut menjadi pengguna aktif aplikasi tiktok.⁶³

5. Teori S-O-R

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (*Stimulus Organism Respon*) yang awalnya berasal dari psikologi, namun kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi. Dalam teori ini,

⁶² Muhammad Syakir NF, "Usia Maksimal Pengurus IPNU dan IPPNU Diturunkan JAdi 24 Tahun", diakses pada 15 Mei 2024 dari <https://www.nu.or.id/nasional/usia-maksimal-pengurus-ipnu-dan-ippnu-diturunkan-jadi-24-tahun-oWxq6>

⁶³ Reynaldo, Meylisa Permata Sari, "Intensitas Penggunaan Tiktok dan *Self-Esteem* : Studi pada Dewasa Awal", *Jurnal Humanipreneur*, Vol. 2, no. 2 (Agustus 2023), h. 10-14

digambarkan suatu proses rangsangan tertentu yang mampu memberikan efek dan mempengaruhi komunikan. Teori ini juga memberikan anggapan bahwa organisme akan menghasilkan efek jika di sekelilingnya diberikan stimulus tertentu sehingga dinamakan teori *Stimulus-Organism-Respon*.⁶⁴

Asumsi dasar dari teori S-O-R adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung kepada komunikan. Teori ini juga menjelaskan bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (*stimulus*) yang berkomunikasi.

Menurut Fisher, terdapat unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam teori S-O-R yaitu⁶⁵ :

a. Pesan (*Stimulus*)

Salah satu elemen penting yang terdapat dalam komunikasi adalah pesan. Pesan merupakan pokok bahasan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi, pesan penting karena menjadi inti dari terjalinnya komunikasi. Tanpa pesan komunikasi tidak dapat berjalan dengan baik.

b. Komunikan (*Organism*)

⁶⁴ Klara Delviyana, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix" (Skripsi S1Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2021), h. 30.

⁶⁵ Mustika Abidin, "Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran", *Jurnal Komunikasi & Bahasa*, Vol. 3, no. 1 (2022), h. 52-53.

Komunikan merupakan elemen yang akan menerima pesan/stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap yang diterima akan berbeda tergantung dengan bentuk stimulus yang diberikan. Ada tiga variable penting yang menentukan respon yang diberikan oleh komunikan setelah menerima stimulus yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

c. Efek

Efek yaitu perubahan sikap/perilaku yang bisa dikatakan juga sebagai pengaruh. Stimulus yang diberikan dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus diterima maka ada perhatian dari individu dan efektif, namun jika stimulus ditolak maka akan berhenti dan tidak ada respon. Setelah diterima, organisme akan mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak. Dukungan fasilitas dan dorongan dari lingkungan akan memberikan efek tindakan dari individu. Efek tindakan inilah yang kemudian disebut sebagai pengaruh (perubahan perilaku).

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa teori S-O-R adalah komunikasi yang menyebabkan terjadinya aksi reaksi sehingga penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism (komunikan).

6. Pengaruh intensitas penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme

Tiktok sebagai aplikasi media sosial baru banyak membawa perubahan bagi sebagian besar perilaku Gen Z terutama di kalangan remaja dan dewasa awal. Fitur-fitur yang disediakan memberikan keluasan berekspresi dan berimajinasi serta memberikan hiburan kepada para penggunanya.

Mengacu pada teori S-O-R mengenai efek dari komunikasi, menunjukkan bahwa perubahan perilaku pengguna aplikasi tiktok tergantung dengan kualitas rangsangan (stimulus) dari konten-konten tiktok yang diterima oleh pengguna. Bentuk perubahan perilaku yang dimaksudkan adalah perilaku narsisme. Perilaku narsisme adalah perilaku yang menunjukkan perasaan cinta dan bangga terhadap dirinya sendiri secara berlebihan.

Berdasarkan pedoman DSM IV-TR, perilaku narsisme memiliki beberapa karakteristik⁶⁶ yaitu :

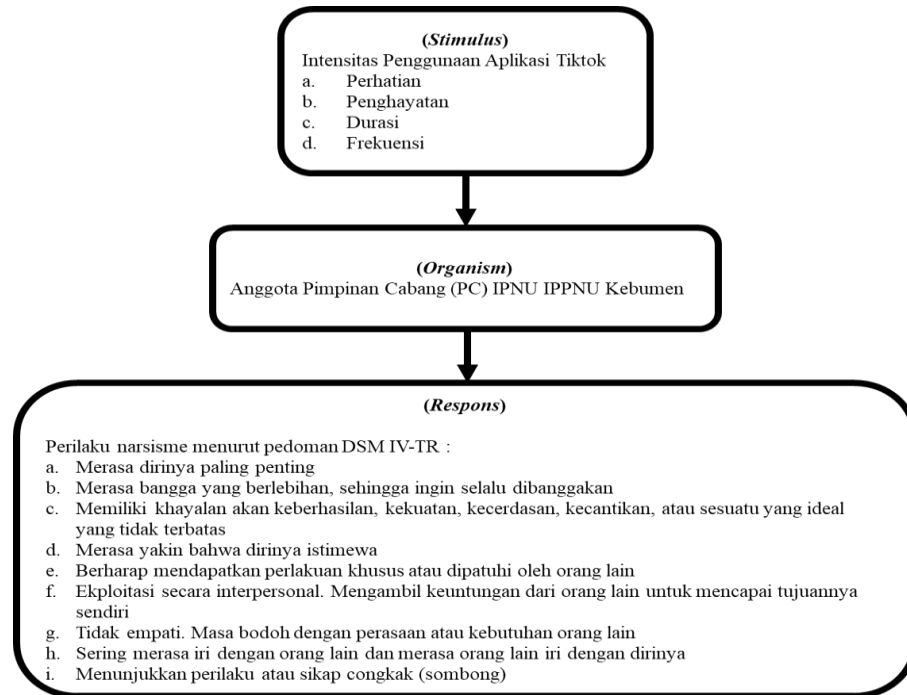
- a. Merasa dirinya paling penting
- b. Merasa bangga yang berlebihan, sehingga ingin selalu dibanggakan.

⁶⁶ Champbell, Miller, dan Widiger, "Narcissistic Personality Disorder and The DSM-V.", no. *Journal of Abnormal Psychology* (2010).

- c. Memiliki khayalan akan keberhasilan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, atau sesuatu yang ideal yang tidak terbatas
- d. Merasa yakin bahwa dirinya istimewa
- e. Berharap mendapatkan perlakuan khusus atau dipatuhi oleh orang lain.
- f. Eksploitasi secara interpersonal. Mengambil keuntungan dari orang lain untuk mencapai tujuannya sendiri.
- g. Tidak empati. Masa bodoh dengan perasaan atau kebutuhan orang lain.
- h. Sering merasa iri dengan orang lain dan merasa orang lain iri dengan dirinya
- i. Menunjukkan perilaku atau sikap congkak (sombong).

Mengacu pada teori S-O-R, aplikasi tiktok adalah stimulus atau rangsangan yang mana berarti semakin sering individu atau seseorang mengakses dan menggunakan aplikasi tiktok maka akan semakin sering juga mendapatkan efek. Semakin banyak efek yang diterima, maka akan semakin tinggi juga perilaku narsisme. Selain itu, efek penggunaan aplikasi tiktok tentu tidak lepas dari adanya pengguna, yang mana pengguna ini dikategorikan dalam komunikan (*organism*). Efek aplikasi tiktok sendiri merupakan respon. Uraian diatas dapat digambarkan dalam sebuah grafik untuk mempermudah dalam memahami pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku

narsisme anggota IPNU IPPNU di Kabupaten Kebumen sebagai berikut :



Gambar 16
Teori S-O-R

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap suatu permasalahan yang masih belum diyakini kebenarannya sehingga diuji melalui penelitian secara empiris. Hipotesis sebagai suatu jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dipaparkan sebelumnya, maka dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Ha : Adanya pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme anggota IPNU IPPNU di Pimpinan Cabang Kabupaten Kebumen.

Ho : Tidak adanya pengaruh dari penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme anggota IPNU IPPNU di Pimpinan Cabang Kabupaten Kebumen.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁷

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif merupakan penelitian sederhana tanpa mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian.⁶⁸ Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang hanya akan membuktikan ada atau tidaknya pengaruh dari intensitas penggunaan aplikasi tiktok pada perilaku narsisme anggota di PC IPNU IPPNU Kebumen.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 8.

⁶⁸ Khoridzatul wahyu Faizah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo" (Skripsi S1 Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022), h. 34.

3. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana regresi linear sederhana merupakan metode yang berupaya untuk memodelkan hubungan antara dua variabel acak dimana satu dari dua tersebut akan mempengaruhi yang lain.⁶⁹ Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana karena hanya melibatkan satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini, variabelnya terdiri dari intensitas penggunaan aplikasi tiktok dan perilaku narsisme.

4. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tempat penulis melakukan penelitian yaitu sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian dan menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan.⁷⁰ Objek penelitian adalah variabel yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu :

a. Variabel Bebas/X (Independen)

⁶⁹ Avivah Masruroh, "Pengaruh Kedisiplinan Ustaz dan Ustazah Terhadap Motivasi Belajar Santri di TPQ Al-Hidayah Desa Kebulusan Kecamatan Pejagoan" (Skripsi S1 Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen, 2023), h. 46

⁷⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cetakan 18, (Bandung: Alfabeta, 2014). h. 13.

Variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen.⁷¹ Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah intensitas penggunaan aplikasi tiktok.

b. Variabel Terikat/Y (Dependen)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel ini adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷² Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku narsisme.

Selain variabel, dalam penelitian ini juga terdapat populasi dan sampel sebagai objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Pimpinan Cabang IPNU IPPNU Kebumen yang berjumlah 148 orang. Pemilihan sampel pada penelitian ini akan menggunakan teknik nonprobability sampling, dimana pengambilan sampel dilakukan dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi tiap-tiap populasi yang ditemui. Teknik ini menggunakan sampling incidental, yakni teknik pengambilan sampel secara kebetulan bertemu dengan populasi yang ditemui, dengan tetap memperhatikan kriteria sebagai berikut :

⁷¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 61.

⁷² *Ibid.*

- a. Merupakan anggota PC IPNU IPPNU Kebumen yang berusia 18-24 tahun
- b. Mempunyai smartphone (hp) yang terdapat aplikasi tiktok didalamnya.
- c. Pengguna aplikasi tiktok, baik aktif maupun pasif.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin.⁷³ Rumus Slovin :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat presisi/ kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (10%), kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel penelitian ini adalah :

$$n = N / (1 + (148 \times 0,102))$$

$$n = 148 / (1 + (148 \times 0,01))$$

$$n = 148 / (1 + 1,48)$$

$$n = 148 / 2,48$$

$$n = 59,677$$

Jadi, jumlah sampel sebesar 59,677 dibulatkan menjadi 60 orang.

5. Teknik Pengumpulan Data

⁷³ Sugiono, *Op.Cit.*, h.62.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk menjawabnya.⁷⁴ Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden berupa pertanyaan singkat dengan bentuk jawaban berupa pilihan ganda yang dibuat melalui *google form* berisi tentang variabel-variabel yang diteliti, yaitu pengaruh intensitas penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme. Kuesioner yang dibuat terdiri dari 19 pertanyaan yang mengandung indikator sesuai dengan variabel penelitian. Adapun jawaban dari pertanyaan tersebut yaitu jawaban ‘sangat tidak setuju’ diberi skor 1, jawaban ‘tidak setuju’ diberi skor 2, jawaban ‘setuju’ diberi skor 3, dan jawaban ‘sangat setuju’ diberi skor 4.

Keterangan:

Sangat Tidak Setuju (STS) : Pertanyaan yang diberikan sangat tidak sesuai dengan pengalaman atau kejadian pada diri responden

Tidak Setuju (TS) : Pertanyaan yang diberikan kurang sesuai atau tidak sesuai dengan pengalaman atau kejadian pada diri responden

⁷⁴ *Ibid.*, h. 80.

Setuju (S) : Pertanyaan yang diberikan sesuai dengan kejadian yang dialami responden

Sangat Setuju (SS) : Pertanyaan yang diberikan sangat sesuai dengan pengalaman responden.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana menurut Sugiyono adalah persamaan regresi untuk meneliti hubungan antara satu variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent).⁷⁵ Rumusnya sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = nilai variabel terikat

a = konstanta atau bila harga $X = 0$

b = koefisien regresi

X = nilai variabel bebas

Sebelum melakukan teknik analisis data regresi linear sederhana dibutuhkan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kuesioner dan uji

⁷⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 210.

asumsi klasik sebagai pemenuhan syarat untuk regresi linear sederhana.

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor konstruk dengan skor totalnya. Untuk mengetahui validitas alat ukur dengan teknik korelasi product moment, yaitu⁷⁶:

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

Keterangan:

Rxy = koefisien korelasi antara variabel x dan y, dua

variabel yang dikorelasikan

X = jumlah skor item nomor

Y = jumlah skor total

N = jumlah responden

ΣXY = hasil perkalian antara X dan Y

Dengan Hasil Pengambilan Keputusan:

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (Dinyatakan Valid)
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (Dinyatakan Tidak Valid)

⁷⁶ Zainal Arifin, *Evaluasi Pembelajaran*, (Bandung: PT Dewasa awal Rosdakarya), h. 252.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini akan dilakukan secara internal. Sugiyono mengatakan bahwa pengujian reliabilitas instrumen secara internal dapat dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua (*split-half*) yaitu pengujian reliabilitas internal yang dilakukan dengan membelah item-item instrumen menjadi dua kelompok (ganjil dan genap), kemudian ditotal, dicari korelasinya, dan kemudian dianalisis dengan rumus koefisien korelasi Spearman Brown, yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

rsb = reliabilitas internal seluruh instrumen.

rb = koefisien korelasi Pearson antara belahan ganjil dan genap.

Untuk menguji keberartian koefisien rsb reliabel atau tidak reliabel akan digunakan uji t, yang dilakukan dengan membandingkan antara thitung dengan ttabel. Dimana thitung dicari dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (1998: 197) sebagai berikut:

$$t = \frac{r_{sb} \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1 - r_{sb}^2}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi Pearson

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen secara internal dengan menggunakan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- 1) Instrumen dikatakan reliabel jika thitung lebih besar atau sama dengan $t_{0,05}$; maka instrumen tersebut dapat digunakan.
- 2) Instrumen dikatakan tidak reliabel jika thitung lebih kecil dari $t_{0,05}$; maka instrumen tersebut tidak dapat digunakan.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan dengan analisis menggunakan aplikasi SPSS versi 29. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas dan uji linearitas.

1) Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini jumlah sampel lebih dari 50, maka uji normalitas yang digunakan adalah metode *One-Sample Kolmogorov-smirnov* dengan taraf signifikan 0,05. Nilai residual dikatakan distribusi normal jika nilai signifikannya lebih dari 0,05.

2) Uji linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Korelasi yang baik

seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Pada penelitian ini, perhitungan uji linearitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 29 dengan metode *Deviation from Linearity*, pada taraf signifikan 0,05 atau 5%. Jika nilai *deviation from linearity* signifikansinya $> 0,05$, maka ada hubungan yang linear antara variabel independent dengan variabel dependent.

7. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dibuat menggunakan *google form* dengan pilihan jawaban diukur melalui skala likert yang tersusun atas 4 atau 5 pilihan jawaban. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu tentang suatu fenomena sosial.⁷⁷ Dalam penelitian ini, skala likert yang digunakan telah dimodifikasi menjadi 4 pilihan jawaban saja dengan mempertimbangkan satu pilihan jawaban yang berada ditengah dapat menimbulkan kenetralan atau kecenderungan menjawab ke tengah sehingga arah besar kecilnya intensitas maupun pengaruh dari responden akan sulit dilihat. Maka dalam penelitian ini menggunakan 4 alternatif jawaban, yaitu : 1 (Sangat Tidak Setuju/STS), 2 (Tidak Setuju/TS), 3 (Setuju/S), dan 4 (Sangat Setuju/SS). Instrument yang digunakan sebagai berikut :

⁷⁷ *Ibid.*, h. 146.

Tabel 1.2
Penafsiran Indikator Kuesioner

No.	Variabel	Indikator	No. item
1.	Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok (X)	Perhatian <ul style="list-style-type: none"> - Ketertarikan untuk menonton video dan konten lain di aplikasi tiktok - Ketertarikan untuk membuat konten di aplikasi tiktok - Ketertarikan untuk mengikuti tren di aplikasi tiktok 	1, 2, 3
		Penghayatan <ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman dalam menonton video dan konten lain di aplikasi tiktok - Pemahaman dalam membuat konten di aplikasi tiktok - Pemahaman terkait tren yang sedang berlangsung di tiktok 	4, 5
		Durasi <ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya waktu yang dihabiskan untuk menonton video atau konten lain di aplikasi tiktok - Banyaknya waktu yang dihabiskan dalam membuat konten di aplikasi tiktok 	6, 7
		Frekuensi <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat keseringan menonton video 	8, 9

		atau konten lain di tiktok - Banyaknya pengulangan dalam membuat konten di aplikasi tiktok	
2.	Perilaku Narsisme (Y)	Merasa paling penting - Melakukan segala cara untuk mewujudkan pandangan orang lain bahwa citra dirinya seperti yang dipikirkan melalui aplikasi tiktok	10
		Merasa bangga yang berlebihan, ingin selalu dibanggakan - Memperlihatkan dan memamerkan segala hal untuk membuat citra dirinya semakin baik di mata orang lain melalui aplikasi tiktok	11
		Memiliki khayalan akan keberhasilan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, atau sesuatu yang ideal yang tidak terbatas - Menggunakan aplikasi tiktok untuk menyalurkan fantasi diri	12
		Merasa yakin bahwa dirinya istimewa - Selalu mengikuti trend di aplikasi tiktok agar dipandang orang lain sebagai	13

		seseorang yang istimewa dan terkenal	
		<p>Berharap mendapat perlakuan khusus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan aplikasi tiktok untuk mendapat pujian atau penghargaan dari orang lain 	14
		<p>Eksplorasi interpersonal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan orang lain untuk memenuhi hasrat akan dirinya sesuai tujuan pribadi melalui aplikasi tiktok 	15
		<p>Tidak empati</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak peduli atas kritik dan masukan pengguna lain di aplikasi tiktok 	16
		<p>Sering merasa iri, atau merasa bahwa orang lain iri kepadanya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selalu ingin menyamai pencapaian orang lain melalui aplikasi tiktok 	17
		<p>Sombong</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merasa paling tau segala hal mengenai aplikasi tiktok - Merendahkan orang lain melalui aplikasi tiktok 	18, 19

