

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP
PERILAKU NARSISISME MAHASISWA KPI ANGKATAN TAHUN 2021
IAIN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Khoridzatul Wahyu Faizah

NIM. 302180092

Pembimbing:

Asna Istya Marwantika, M. Kom.I.

NIP. 198810152018012001

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) PONOROGO

2022

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP
PERILAKU NARSISISME MAHASISWA KPI ANGKATAN TAHUN 2021
IAIN PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1)
pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah**

**Institut Agama Islam Negeri
Ponorogo**

Oleh:

Khoridzatul Wahyu Faizah

302180092

Pembimbing:

Asna Istya Marwantika, M. Kom.I.

NIP. 198810152018012001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PONOROGO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah

NIM : 302180092

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU NARSISISME MAHASISWA KPI ANGKATAN TAHUN 2021 IAIN PONOROGO

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 03 November 2022

Pembuat Pernyataan



Khoridzatul Wahyu Faizah
NIM. 302180092

NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Munaqasyah Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN
Ponorogo

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

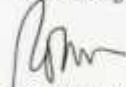
Setelah secara cermat kami baca/teliti kembali dan setelah diadakan perbaikan/penyempurnaan sesuai petunjuk dan arahan kami, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah
NIM : 302180092
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku
Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN
Ponorogo

Telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Untuk itu kami mengharap atas persetujuan munaqasyahnya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Pembimbing


Asna Istya Marwantika, M.Kom.I.
NIP. 198810152018012001

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah
NIM : 302180092
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku
Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN
Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqasyah.

Ponorogo, 03 November 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan
Penyiaran Islam



Kayyis Fihri Aihuri, M.A.
NIP. 198406072015031004

Menyetujui,
Pembimbing


Asna Istya Marwantika, M.Kom.I
NIP. 198810152018012001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara :
 Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah
 NIM : 302180092
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
 Judul : Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisime Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo.

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasah di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada :

Hari : Jum'at
 Tanggal : 11 November 2022

Dan telah diterima sebagai bagian dari pernyataan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam, pada :

Hari : Jum'at
 Tanggal : 18 November 2022

Tim Penguji :
 Ketua Sidang : Dr. M. Irfan Riyadi, M.Ag. (*M. Irfan Riyadi*)
 Penguji I : Kayyis Fithri Ajhuri, M.A. (*Kayyis Fithri Ajhuri*)
 Penguji II : Asna Istya M., M.Kom.I. (*Asna Istya M.*)

Ponorogo, 18 November 2022

Mengesahkan
 Dekan



Dr. Ahmad Munir
Dr. Ahmad Munir, M.Ag.
 NIP.1968061619980310022

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah

NIM : 302180092

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Judul : Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo.

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 21 November 2022



(Khoridzatul Wahyu Faizah)

302180092

MOTTO

Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu.

(HR.Muslim)

Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat.”

(Imam Syafi'i)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah Swt, atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw. Oleh karena itu dengan rasa bangga saya sampaikan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, bapak Bonari tercinta Ibu Sumiati terkasih, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan dukungan moral dan material, penulis berharap ini sebagai langkah awal untuk membahagiakan kalian Bapak, Ibuk. Terimakasih atas segala dukungan, semoga karya ini dapat menjadi batu loncatan penulis untuk mewujudkan cita-cita penulis. Sehat, bahagia dan semogaa selalu dalam lindunganAllah SWT bapak ibu.
2. Sahabat-sahabat KPI D 2018 terkhusus Kifayatul Fitroh, Nida Nabita Zahra dan Nikita Ratna Sabrina. Terimakasih atas tawa yang setiap hari kita miliki dan solidaritas yang luar biasa.

ABSTRAK

Faizah, Khoridzatul Wahyu, 2022. Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo. Skripsi. Ponorogo: Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, IAIN Ponorogo.

Kata Kunci : Mahasiswa, Penggunaan Aplikasi TikTok, Perilaku Narsisisme.

Munculnya media baru di Indonesia memberikan dampak bagi perubahan masyarakat. Khususnya mahasiswa, tidak sedikit yang memanfaatkan media baru sebagai ajang untuk mencari kepopuleran dan pengakuan diri. Salah satu bentuk media baru saat ini yaitu aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang digunakan untuk membuat video kemudian dibagikan kepada pengguna aplikasi TikTok lainnya. TikTok sebagai sarana informasi menjadi fenomena sosial yang patut untuk dicermati karena banyaknya masyarakat yang tertarik dan memiliki akun TikTok sebagai aplikasi media sosial populer yang sama hal di dalamnya bisa menjadi *trendsetter* pada semua kalangan. Indonesia menempati urutan ketujuh dengan menggunakan waktu yang dihabiskan di TikTok sebanyak 23,1 jam/bulan. Salah satu dampak perubahan perilaku yang bisa ditimbulkan dari penggunaan aplikasi TikTok ini adalah perilaku narsisisme. Dikarenakan dukungan dari fitur-fitur menarik serta pilihan lagu yang beragam di dalam aplikasi. Perilaku narsisisme masing-masing mahasiswa berbeda tergantung pada tingkat intensitas mahasiswa dalam menggunakan aplikasi TikTok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Seberapa Besar Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok oleh Mahasiswa KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo.” dan “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo”. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuesioner. Peneliti menggunakan uji analisis regresi linier sederhana untuk analisis data. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa KPI angkatan tahun 2021 IAIN Ponorogo yang berjumlah 128 dengan sampel yang digunakan sebanyak 56 responden.

Berdasarkan pada hasil nilai regresi sederhana dengan bantuan SPSS versi 23 for Windows diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,973 dengan signifikan 0,000. Nilai koefisien determinan (R²) sebesar 0,944 yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan aplikasi TikTok memiliki pengaruh terhadap perilaku narsisisme sebesar 94,4%. Disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun angkatan 2021.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih terhadap segenap pihak yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini selesai, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr Hj. Evi Muafiah, M.Ag., selaku Rektor IAIN Ponorogo yang telah memberikan kesempatan penulis menimba ilmu di almamater tercinta.
2. Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo yang membantu melancarkan proses pendidikan penulis selama di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Kayyis Fithri Ajhuri, M.A., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang selalu memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Asna Istya Marwantika, M.Kom.I, selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan tahun 2021 IAIN Ponorogo yang telah berkenan membantu dan meluangkan waktu menjadi responden penelitian ini.

Semoga amal baik mereka dicatat sebagai amalan oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih dan berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Ponorogo, 03 November 2022

Penulis



Khoridzatul Wahyu Faizah
NIM. 302180092

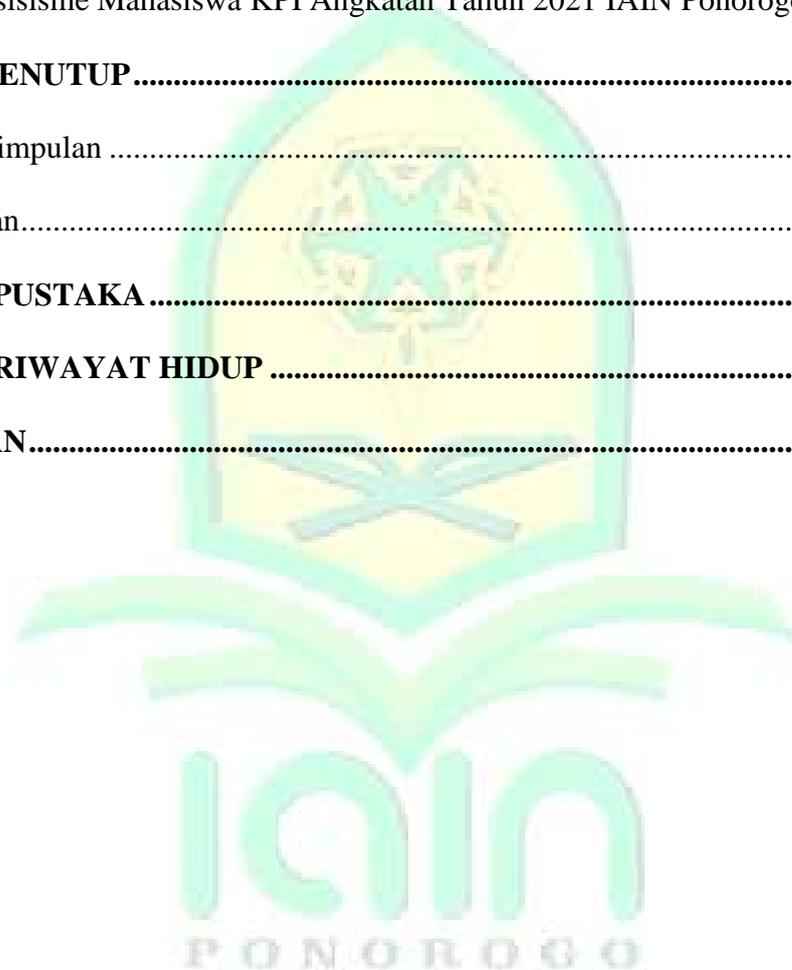
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II: LANDASAN TEORI.....	8
A. Kajian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori.....	10
1. <i>Uses and Gratification</i>	10
2. Aplikasi TikTok	13
a. Fitur-fitur TikTok.....	14

b. Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok	18
c. Dampak Negatif TikTok dan Pengaruhnya	19
d. Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok	21
e. Mekanisme Video Viral di TikTok	22
3. Perilaku Narsisisme.....	25
a. Pengertian Perilaku	25
b. Pengertian Narsisisme.....	25
c. Karakteristik Gangguan Kepribadian Narsisisme	26
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Narsisisme.....	27
e. Aspek-Aspek Narsisisme	29
f. Narsisisme Di Media Sosial	29
C. Hipotesis.....	32
BAB III: METODE PENELITIAN.....	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
C. Lokasi, Populasi dan Sampel	38
D. Tahap-Tahap Penelitian	40
E. Analisis Data	42
BAB IV: HASIL PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum	44
1. Sejarah IAIN Ponorogo.....	44
2. Visi dan Misi Iain Ponorogo	46
3. Gambaran Umum Jurusan KPI IAIN Ponorogo	47

B. Uji Instrumen Data.....	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reabilitas.....	51
3. Uji Normalitas.....	52
4. Uji Linearitas.....	52
C. Deskripsi Data.....	53
1. Data Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok).....	53
2. Data Variabel Y (Perilaku Narsisisme).....	56
D. ANALISIS DATA	58
1. Analisis Data Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok).....	58
2. Analisis Data Variabel Y (Perilaku Narsisisme).....	61
3. Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo	63
BAB V: PEMBAHASAN.....	66
A. Instrumen Data	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reabilitas.....	66
3. Uji Normalitas.....	67
4. Uji Linearitas.....	67
B. Deskripsi Data.....	68
1. Data Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X).....	68
2. Data Variabel Perilaku Narsisisme (Y).....	69

C. Analisis Data	69
1. Analisis Data Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X)	69
2. Analisis Data Variabel Perilaku Narsisisme (Y).....	72
D. ANALISIS Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo.....	75
BAB VI: PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Bagian Definisi Operasional	35
Tabel 3.2 Bagian Instrumen Penelitian	37
Tabel 3.3 Bagian Lokasi, Populasi Dan Sampel	39
Tabel 4.1 Rekapitulasi Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok).....	49
Tabel 4.2 Rekapitulasi Variabel Y (Perilaku Narsisisme)	49
Tabel 4.3 Instrumen Pengumpulan Data Valid	50
Tabel 4.4 Uji Reabilitas Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)	51
Tabel 4.5 Uji Reabilitas Variabel Y (Perilaku Narsisisme)	51
Tabel 4.6 Hasil Reabilitas Instrumen	51
Tabel 4.7 Uji Normalitas Variabel X Terhadap Y	52
Tabel 4.8 Uji Linieritas Variabel X Terhadap Y	53
Tabel 4.9 Data Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok).....	53
Tabel 4.10 Skor Data Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)	55
Tabel 4.11 Data Variabel Y (Perilaku Narsisisme).....	56
Tabel 4.12 Skor Data Variabel Y (Perilaku Narsisisme)	57
Tabel 4.13 Data Perhitungan Rata-Rata Dan Standar Deviasi Variabel X.....	58
Tabel 4.14 Mean Dan Standar Deviasi Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)	61
Tabel 4.15 Data Perhitungan Rata-Rata Dan Standar Deviasi Variabel Y.....	61
Tabel 4.16 Mean Dan Standar Deviasi Variabel Y (Perilaku Narsisisme).....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme	64

Tabel 4.18 Hasil Analisis Koefisiensi Determinasi Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok) Terhadap Variabel Y (Perilaku Narsisisme)	64
Tabel 5.1 Kategori Penggunaan Aplikasi TikTok	70
Tabel 5.2 Kategori Perilaku Narsisisme.....	73

GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Negara Pengguna TikTok Durasi Terlama	3
---	---



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Adanya sebuah media sosial membuktikan bahwa perkembangan komunikasi dan teknologi berkembang sangat pesat dalam menyampaikan informasi untuk memudahkan manusia. Penggunaan media sosial ini menjadi tren di kehidupan era digital dengan menjadikan kebutuhan manusia yang cepat, murah, akurat dan mudah akan informasi yang diberikan. Inovasi yang semakin beragam juga karena adanya pertambahan zaman. Terlebih lagi adanya kebutuhan yang semakin meningkat sebagai sarana pertukaran informasi. Berdasarkan data lembaga riset e-marketer, populasi netter di tanah air terus meningkat setiap tahunnya.¹ Pengguna bisa saling tukar informasi melalui fitur yang disediakan, seperti mengirim pesan, berbagi foto serta video dengan bebas dan berkomentar pada kolom yang tersedia. Jenis media sosial memungkinkan penggunanya menggunakan secara luwes dan bebas kepada siapa dan dimana saja.

Pengguna internet di Indonesia per Januari 2022 ada sebanyak 204,7 juta jiwa. Tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Data menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta (+1,0 persen) antara tahun

¹ Kominfo, "Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia." https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_mediadiakses pada 09 Maret 2022

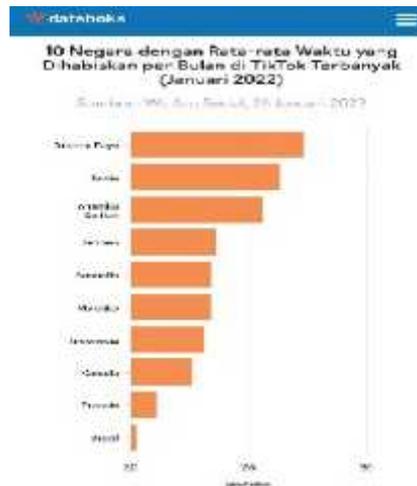
2021 dan 2022.² Perkembangan teknologi sangat dibutuhkan untuk menciptakan inovasi yang berguna untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan. Adanya internet mampu memberikan kemudahan bagi pengguna sebagai cara dalam berinteraksi dengan manusia. Namun tentu saja teknologi yang disajikan mempunyai dampak negatif dan positif. Khususnya remaja, tidak sedikit yang menggunakan kecanggihan teknologi sebagai ajang untuk mencari perhatian banyak orang. Seiring merajanya digital, beberapa *platform* aplikasi menyediakan dukungan pembuatan video yang dilengkapi dengan fitur-fitur menarik. Salah satunya adalah aplikasi “TikTok”.

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang *launched* pada September 2016 oleh Zhang Yiming. TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diminati masyarakat di seluruh dunia pada tahun 2021.³ Popularitasnya didorong oleh pandemi Covid-19 yang mengharuskan orang-orang untuk tinggal di rumah dan mencari hiburan. Indonesia menempati urutan ketujuh dengan menggunakan waktu yang dihabiskan di TikTok sebanyak 23,1 jam/bulan. Sedangkan rata-rata waktu yang dihabiskan di seluruh dunia untuk mengakses TikTok adalah sebanyak 19,6 jam/bulan.⁴

² Kompasiana, “Data Digital Indonesia Tahun 2022.” https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=2&page_images=1 diakses pada 09 Maret 2022

³ Databoxs, “TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021.” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021> diakses pada 09 Maret 2022

⁴ Databoxs, “Daftar Negara Pengguna TikTok Durasi Terlama” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/06/daftar-negara-pengguna-tiktok-durasi-terlama-indonesia-peringkat-berapa> diakses pada 09 Maret 2022



Gambar 1.1 Daftar Negara Pengguna Tik Tok Durasi Terlama

Aplikasi ini memiliki fitur yang bisa digunakan untuk mengunggah video dengan durasi sekitar 15 detik. Dengan menghadirkan *spesial effects*, orang-orang bisa menciptakan video dengan 3D stickers, *elektronik music* serta fitur lainnya yang ada di TikTok. Hal tersebut yang mendasari TikTok menjadi media sosial yang berbeda dengan yang lainnya dan mendukung bakat pengguna dalam mengekspresikan bakatnya. Banyak pengguna TikTok yang sekarang menampilkan dirinya dengan bebas di media sosial dengan membagikan foto dan video yang diinginkan kepada khalayak.

TikTok sebagai sarana informasi menjadi fenomena sosial yang patut untuk dicermati karena banyaknya masyarakat yang tertarik dan memiliki akun TikTok sebagai aplikasi media sosial populer yang sama hal di dalamnya bisa menjadi *trendsetter* semua kalangan. Terlihat bahwa hampir semua golongan masyarakat mulai dari anak remaja, ibu rumah tangga bahkan tokoh politik dan agamawan pun banyak yang menggunakan media sosial ini. Inilah yang menjadi bukti bahwa TikTok merupakan salah satu produk budaya yang saat ini sangat

dikenal dan disukai oleh publik. Bahkan media sosial TikTok ini mampu melampaui sekat-sekat sosial budaya yang dapat membagi masyarakat.

Orang-orang menjadi semakin gemar show off atau menampilkan dirinya kepada khalayak dikarenakan TikTok memberikan kebebasan dalam mengunggah dan membagikan foto yang mereka inginkan kepada khalayak. Masyarakat cenderung merasa percaya diri dalam membagikan foto maupun video sehingga memunculkan sikap narsisisme di TikTok.⁵ Narsisisme merupakan wujud dari perasaan cinta terhadap diri sendiri secara berlebihan yang mana ini adalah perilaku kelainan mental. Orang yang mengalami gejala tersebut disebut narsisis (*narcissist*).

Di Indonesia, kasus yang cukup menghebohkan yang terjadi di media sosial TikTok datang dari sebuah video seorang wanita muda bernama Angel yang menangis sesegukan, tanpa mengatakan satu katapun. Namun yang membuat netizen salah fokus yaitu gerakan tangan Angel yang mengisyaratkan adanya kekerasnya dan minta tolong. Banyak netizen yang merasa simpati dengan wanita muda ini. Akan tetapi selang beberapa hari, sang kakak membuat video klarifikasi terkait video viral adiknya. Ia menjelaskan bahwa adiknya melakukan hal yang membuat ayahnya marah. Lebih lanjut, ia juga menjelaskan bahwa keluarganya tidak akan melakukan sesuatu jika adiknya tidak melakukan hal yang membuat keluarganya marah. Setelah adanya video

⁵ Milawati, Skripsi: “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin “. (Makassar: UIN Alauddin, 2019), 05.

klarifikasi tersebut, banyak para netizen yang merasa kesal setelah mengetahui penyebab Angel dimarahi orang tuanya.⁶

Andrew Morrison berpendapat bahwa sifat narsis ini bisa membuat seseorang memiliki persepsi yang seimbang antara kebutuhannya dengan orang lain sesuai dengan jumlah yang tidak berlebihan. Pada dasarnya, setiap manusia mempunyai sifat narsisisme yang dimilikinya sejak lahir.⁷ Narsisisme memiliki peranan yang positif dalam membiasakan seseorang agar tidak bergantung pada standar manusia lain demi membuat dirinya bahagia. Akan tetapi, apabila kondisi seseorang memiliki sifat yang menimbulkan berperilaku dengan cara menyedihkan seperti, seseorang yang narsis memiliki rasa percaya diri yang kuat tetapi memandang di rinya adalah orang yang aling hebat dari orang lain tanpa adanya rasa menghargai satu sama lain. Orang yang narsis gemar sekali menyombongkan dirinya, mengharapkan pujian dari orang lain, memberikan saran tanpa diminta, memiliki strategi untuk mengembangkan pesona diri, memiliki kecenderungan untuk menjadi *superior* dan senang memamerkan kemampuan diri, memiliki penilaian berlebihan terhadap diri sendiri dan merasa sangat ingin diakui eksistensinya.⁸

Mahasiswa merupakan generasi penerus bangsa. Bangsa ini membutuhkan peran yang bisa melakukan perubahan yang sedang terjadi di masyarakat. Peran mahasiswa sebagai *agent of change* dan *sosial control* mengharuskan

⁶ Indozone, "Cewek Minta Tolong Bikin Geger di Tiktok, Ternyata Ini Penyebabnya, Netizen Emosi."

⁷ Haris Armeli, "Perilaku Narsisme Dalam Pengguna Media Sosial."

⁸ Rahmawati Latief, "Menakar Perilaku Narsisme di Media Sosial," Jurnal Publisitas, Edisi 06 Nomor 1, (Juni, 2017), h. 3

mahasiswa agar lebih peduli terhadap sesamanya. Dengan keberagaman itu dan mahasiswa sebagai makhluk sosial yang selalu ingin tahu akan kemajuan teknologi seperti penggunaan TikTok diantara mahasiswa. Fenomena TikTok dikalangan mahasiswa, ini seharusnya sudah menjadi perhatian kita. TikTok sebenarnya positif jika digunakan sebagai ajang untuk berkreasi, berimajinasi, atau memperluas jaringan pertemanan. TikTok dibuat untuk menjadi media kreativitas anak muda yang ingin menjadi bagian dari revolusi konten. Tapi, banyak juga kalangan anak muda yang menggunakan TikTok untuk konten negatif.

Maka sejalan dengan penjabaran tersebut peneliti membuat riset dengan judul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan 2021 Iain Ponorogo”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalahnya sebagai berikut:

- 1) Seberapa besar intensitas penggunaan aplikasi TikTok oleh Mahasiswa KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo?
- 2) Adakah pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian adalah:

- 1) Untuk mengetahui seberapa besar intensitas penggunaan aplikasi TikTok oleh Mahasiswa KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

- 2) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi saran ilmiah yang bisa digunakan untuk dasar pijakan penelitian selanjutnya mengenai perilaku narsisisme, khususnya penggunaan Aplikasi TikTok.

2. Kegunaan Praktis

a. Mahasiswa

Bagi responden penelitian ini akan mendapatkan manfaat berupa edukasi tentang dampak penggunaan Aplikasi TikTok khususnya terhadap perilaku Narsisisme.

b. Penulis

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok terhadap perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

c. Pengguna TikTok

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan masukan kepada pengguna TikTok agar dapat menggunakan Aplikasi dengan bijak dan aman untuk menghindari penggunaan media sosial yang berlebihan dan menimbulkan masalah seperti Narsisisme.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Terdahulu

Dari hasil penelusuran peneliti, ditemukan beberapa karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan topik yang dibahas oleh penulis. Berikut adalah karya ilmiah terdahulu yang terkait dengan penelitian ini:

Pertama, Skripsi Alfiana Yuniar Rahmawati, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas UIN Sunan Kalijaga dengan judul "Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad".⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas menggunakan Aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menggunakan Aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian tentang pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Alfiana Yuniar Rahmawati adalah penggunaan Aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme pada Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

Kedua, Skripsi Assyifa Fauziah, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul "Pengaruh

Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN 10 Kota Bekasi)”.¹⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap keterbukaan diri (*self disclosure*) pada siswi SMKN 10 Kota Bekasi. Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh secara simultan oleh variabel penggunaan media sosial TikTok terhadap variabel pengungkapan diri (*self disclosure*). Persamaan penelitian ini dengan yang akan saya teliti sama-sama tentang Aplikasi TikTok. Perbedaan penelitian ini yaitu dari dampak, objek dan teori yang digunakan (*self disclosure*) yang akan diteliti oleh peneliti.

Ketiga, Skripsi Milawati, Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin”.¹¹ Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh penggunaan Instagram terhadap perilaku narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara penggunaan Instagram dengan perilaku narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin, meskipun tidak ada pengaruh antara penggunaan Instagram dengan perilaku narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin tetapi terdapat hubungan namun sangat lemah. Persamaan penelitian ini dengan yang akan

⁹ Alfiana Yuniar Rahmawati, “Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad.”

¹⁰ Fauziah, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (Smkn) 10 Kota Bekasi.”

¹¹ “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin.”

saya teliti sama-sama tentang perilaku narsisme pada Mahasiswa dan perbedaannya yaitu dari aplikasi media sosial serta objek yang diteliti.

Kempat, Jurnal Devri Aprilian, Yessy Elita dan Vira Afriyati, Mahasiswa Prodi Bimbingan dan Konseling Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Bengkulu dengan judul “Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama”¹². Jurnal ini mengkaji tentang penggunaan aplikasi Tiktok dengan perilaku narsisme. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikansi antara penggunaan aplikasi Tiktok dengan perilaku narsisme yang mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,637 dan taraf signifikansi sebesar $p=0,000$ ($p<0,05$). . Persamaan penelitian ini dengan yang akan saya teliti sama-sama tentang penggunaan aplikasi Tiktok serta perilaku narsisme. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada pengguna yang akan diteliti.

B. Landasan Teori

1. Uses And Gratification

Teori uses and gratification pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumler dan Elihu Katz.¹³ Teori ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori uses and gratifications milik Blumler dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Mereka percaya bahwa ada

¹² Aprilian, Elita, dan Afriyanti, “Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama.”

¹³ Humaizi, “Uses and Gratifications Theory,” 9.

banyak alasan khalayak untuk memilih dan menggunakan media massa. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana atau lewat media apa mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Artinya, teori Uses and Gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.¹⁴

Inti teori penggunaan dan kepuasan ini dalam buku “Teknik Praktis Riset Komunikasi”¹⁵ adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Maka dapat dikatakan khalayak akan menggunakan media (uses) tertentu sesuai dengan kebutuhan masing-masing untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan (gratification).

Adapun beberapa asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori *uses and gratification* menurut Morissan¹⁶ adalah:

- 1) Khalayak dianggap aktif yang artinya penting memiliki tujuan dari penggunaan media massa.
- 2) Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak itu sendiri.
- 3) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui

¹⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*.

¹⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik praktis riset komunikasi*.

¹⁶ Morissan, *Teori Komunikasi*.

konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.

- 4) Khalayak dianggap cukup mengerti terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media
- 5) . Penilaian isi media ditentukan oleh khalayak.

Teori *uses and gratification* memfokuskan perhatian pada khalayak sebagai konsumen media massa dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggungjawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.¹⁷

Menurut Philip Kotler¹⁸ kepuasan adalah “sesuatu yang timbul dari suatu tanggapan, sehingga mendorong untuk mengulangnya”. Jadi yang dimaksud kepuasan disini adalah kepuasan yang berhubungan dengan media massa dalam memenuhi kebutuhan khalayak, yang didalam ini lebih ditekankan kepada khalayak yang telah menerima hiburan tersebut.

Berdasarkan teori Uses and Gratifications, asumsi dasar dari penelitian ini ialah khalayak yang menggunakan media sosial khususnya Tik Tok sepenuhnya sadar terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media tersebut merasakan kepuasan yang didapatkannya dalam menggunakan media sosial.

¹⁷ Morissan, 509.

¹⁸ Kotler, *Managemen Pemasaran*.

2. Aplikasi TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik. Pengguna aplikasi dapat dengan mudah menggunakannya untuk membuat video pendek keren yang menarik banyak orang yang menontonnya.

Aplikasi tersebut merupakan aplikasi pembuatan video pendek dengan dukungan musik dan sangat populer di kalangan banyak orang, termasuk orang dewasa dan anak di bawah umur. Aplikasi TikTok ini adalah aplikasi yang juga dapat melihat video pendek dari berbagai emotikon dari masing-masing pengguna. Pengguna aplikasi ini juga bisa meniru video pengguna lain, seperti membuat video dengan musik ayun dua jari.

TikTok juga dikenal dengan aplikasi yang memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.¹⁹

Aplikasi TikTok ini dapat memberikan berbagai informasi yang belum diketahui sebelumnya dan juga dapat menghibur pengguna lainnya, dengan memperlihatkan video-video yang lucu dan unik serta video tersebut dapat diunggah di aplikasi lainnya yang membuat aplikasi TikTok ini dikenal berbagai kalangan. Aplikasi tersebut memiliki banyak konten-konten video yang sangat mudah untuk membuatnya. Dengan melihat,

¹⁹ Nurhalimah, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*.

menghafal, menirukan dapat membuat video bebas, dapat memberikan contoh-contoh video pendek yang menarik serta menjadi contoh pengguna lainnya untuk menyalurkan ide-ide kreatifnya agar memiliki viewers yang tinggi. Tak hanya itu, banyak pengguna TikTok juga yang memanfaatkan media sosial ini sebagai tempat curhatnya, baik masalah perasaan, isi hari atau pun hal pribadi lainnya. Akan tetapi, pengungkapan diri yang berlebihan di media sosial dapat menimbulkan kerugian bagi penggunanya.

a. Fitur-Fitur TikTok²⁰

TikTok memiliki beberapa fitur dasar yang memungkinkan pengguna untuk saling mengikuti, menyukai, dan membagikan video mereka. Setelah mendaftar, setiap pengguna dapat mengedit profil mereka dan mengatur semua pemberitahuan yang ingin mereka terima.

1) Pengunggahan Video

TikTok memiliki fitur pengunggahan video yang memungkinkan pengguna mengunggah video mereka sendiri ke aplikasi.

2) Editing Video

Setiap pengguna dapat memotong, membalik, atau memutar video yang mereka unggah, dan bereksperimen dengan kecepatan pemutaran. Mereka bisa merekam video mereka di aplikasi, dan memilih lagu untuk sinkronisasi bibir atau menari dari perpustakaan

²⁰ Andriy, "How to Create The Next TikTok."

musik yang luas. Pengguna juga dapat memilih untuk menambahkan musik latar setelah merekam video.

3) Filter dan Efek

Editor video juga dilengkapi dengan banyak filter dan efek. Ada filter "Kecantikan" yang terkenal dan berbagai stiker dan animasi untuk memperkaya konten video.

Adapun efek yang paling diminati dan selalu digunakan TikTokers adalah efek AR, yaitu efek yang dapat mengubah warna rambut dan mata mereka serta menambahkan berbagai elemen virtual ke kepala mereka, seperti kacamata, topi, bunga, telinga anak anjing, dan banyak lagi.

4) Social Sharing

Selain membagikan video mereka ke dalam aplikasi, pengguna TikTok dapat menggunakan tombol berbagi sosial untuk berbagi video di platform media sosial lainnya. Mereka juga dapat menautkan profil TikTok mereka ke platform sosial lainnya.

5) Notifications

Setiap pengguna TikTok dapat mengatur pemberitahuan push untuk melihat siapa yang menyukai dan mengomentari video mereka, siapa yang mengikuti mereka.

6) Likes And Comments

Tombol Suka dan komentar di TikTok berfungsi seperti di Instagram, dengan hati sebagai suka. Demikian pula, ada tab terpisah untuk memeriksa semua video yang mereka sukai.

7) Duets

Fitur duet adalah salah satu fitur TikTok yang paling populer. Pengguna TikTok dapat menyinkronkan bibir atau menari mengikuti musik favorit mereka dengan siapa pun di aplikasi yang mereka inginkan, dengan tampil berdampingan di layar yang sama. Mereka bisa berduet secara acak, baik untuk menjadi teman atau bahkan berduet dengan selebriti.

Fitur ini memungkinkan mereka untuk membuat sebuah tantangan. Duet yang menarik akan memudahkan pengguna dalam memanfaatkan jangkauan yang lebih tinggi dan meningkatkan potensi menghasilkan uang mereka.

8) Reactions

Setiap TikToker juga dapat merekam reaksi mereka dari video orang lain. Fitur ini memungkinkan mereka untuk merekam diri mereka sendiri saat menonton video, dan kemudian mempublikasikannya di aplikasi. Mereka dapat mengubah ukuran dan membentuk kembali jendela perekaman secara *real-time*, saat mereka menonton klip.

9) Tagar

Tagar di TikTok tidak sama seperti yang biasa digunakan semua orang. Alih-alih menunjukkan apa yang sedang tren, mereka berfungsi untuk menandai pengguna dan mengundang mereka ke berbagai tantangan, seperti tantangan Duet.

Akan tetapi itu tidak harus tentang duet. Misalnya, salah satu tren TikTok paling populer adalah "Tantangan Pesawat Palsu," di mana pengguna memposting foto berpura-pura bepergian.

10) Live Video Streaming

Fitur ini merupakan salah satu fitur TikTok terbaik. Saat streaming langsung, pengguna dapat memperoleh uang dari hadiah virtual pengguna lain.

11) QR Code Scanner

Untuk berteman dan berlangganan dengan pengguna lain, TikTokers dapat memindai kode QR unik mereka.

12) Geolokasi

Fitur Geolokasi memungkinkan pengguna untuk melihat TikToker mana yang disiarkan langsung di dekat mereka.

13) Analisis Waktu Nyata

Dengan analisis waktu nyata, TikTokers dapat memeriksa berbagai data tentang komentar dan suka mereka, dan melihat grafik yang menunjukkan penyiar dan pemirsa langsung.

14) Pratinjau Video (Sebelum Mendaftar)

Sebelum pengguna mendaftar untuk akun TikTok, mereka dapat menonton beberapa video populer untuk kesan pertama terhadap aplikasi dengan lebih baik. Namun, pengguna tidak dapat menyukai atau memposting komentar sampai mereka mendaftar.

b. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Dibalik maraknya penggunaan TikTok pada masyarakat, maka ada faktor yang menjadi penyebab mengapa aplikasi tersebut digandrungi oleh pengguna internet. Menurut Mulyana terdapat dua faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi TikTok, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.²¹ Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek

1) Faktor Internal

Faktor internal yaitu faktor yang meliputi perasaan, sikap, karakteristik, prasangka, keinginan, minat, dan motivasi yang ada didalam diri seseorang. Adanya perasaan menginginkan dan minat untuk bermain aplikasi tersebut hingga akhirnya seseorang

²¹ Deriyanto dan Qorib, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok."

menggunakan aplikasi TikTok tersebut, karena jika perasaan dan minat seseorang tidak menyukainya maka orang tersebut tidak akan menggunakan aplikasi tersebut, karena tidak adanya dorongan dari faktor internalnya yang tidak memiliki ketertarikan terhadap aplikasi tersebut.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal meliputi latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, kebutuhan penggunaan, serta kebutuhan seseorang untuk mencari hiburan semata. Dalam aplikasi TikTok beragam informasi yang disajikan, mulai dari sebuah peristiwa, resep masakan, lagu yang sedang digemari, serta trend yang sedang terjadi di masa ini, hal tersebut menjadi sebuah faktor eksternal seseorang menggunakan aplikasi TikTok karena adanya rasa ketidakinangan untuk tertinggal berita yang sedang marak dibicarakan hingga keinginan untuk menampilkan trend yang sedang berjalan di aplikasi tersebut, hingga mencari hiburan dari tayangan-tayangan video yang tersedia. Seiring dengan penggunaan yang intens maka lama kelamaan pengguna akan merasa candu dan tidak ingin tertinggal trend yang sedang ramai pada aplikasi tersebut.

c. Dampak Negatif TikTok dan Pengaruhnya

Penggunaan media sosial terlebih media berbagi, tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan sebuah dampak dari penggunaannya, baik dampak yang bersifat buruk maupun baik bagi penggunanya,

dampak tersebut didasarkan dari bagaimana kebijakan untuk menyikapi serta membagi waktu dalam menggunakan media tersebut. Dampak yang timbul dari penggunaan media sosial tidak dapat dihindari oleh penggunanya, karena setiap penggunaan maka ada konsekuensi yang akan didapatkan, maka dalam penggunaan media sosial harus bijak dan memiliki batasan serta aturan dalam menggunakannya agar tidak terjadinya dampak negative yang begitu kuat.

Dampak yang terlihat pada penggunaannya sangat beragam, dimulai dari berbicara yang kasar, kurangnya sopan santun dalam berkomunikasi, dan meniru perbuatan yang kurang baik seperti mengejek.²² Dapat dikatakan aplikasi TikTok tidak dapat terlepas dari dampak negative media sosial, hal yang sering terlihat dari dampak negative TikTok pada lingkungan sekitar yaitu penggunaan kata-kata pada pengguna yang digunakan dalam berkomunikasi sehari-hari yang dinilai kurang sesuai dengan nilai sopan santun dalam masyarakat, serta minat pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok lebih besar daripada menjalankan kegiatan lainnya, dan pengguna juga seringkali meniru gerakan serta nyanyian yang kurang pantas untuk ditiru oleh pengguna. Karena banyaknya video yang terdapat pada aplikasi tersebut dan belum adanya pengaturan untuk membatasi video, sehingga banyak dari mereka yang mengakses video yang tidak baik untuk disaksikan

²² Valiana, Suriana, dan Fazilla, "Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perkembangan Karakter Siswa Kelas VI MIN 1 Aceh Utara."

oleh masyarakat dan pada akhirnya anak akan meniru apa yang ada dalam video tersebut. Dari penggunaan aplikasi TikTok, tidak menutup kemungkinan akan timbulnya pengaruh di dalam kehidupan para penggunanya baik dari kalangan mahasiswa sampai anak usia dini.

Untuk menghindari dampak negative serta pengaruhnya, maka para pengguna dapat lebih cerdas dan selektif dalam melakukan kegiatan positive apapun guna menghindari kesalahan dan timbulnya efek negative dari kegiatan penggunaan di TikTok.

d. Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok²³

1) Pengertian Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok

Dalam kehidupan sehari-hari, intensitas dapat diartikan sebagai seberapa sering pengguna melakukan suatu objek tertentu. Sedangkan pengertiannya yaitu sebuah proses atau penggunaan dalam menggunakan sesuatu.²⁴ Pada penelitian ini, intensitas dalam menggunakan Aplikasi TikTok yaitu seberapa sering seseorang menggunakan aplikasi sehingga berdampak pada perilaku atau respon dari aplikasi tersebut.

2) Unsur-Unsur Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok

Dapat diambil beberapa unsur dalam intensitas menggunakan aplikasi TikTok, yaitu bagaimana pengguna menggunakan Aplikasi

²³ Noricha Listiyaningrum, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Citizen Journalism Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Sunan Kalijaga 2010/2011."

²⁴ Fitria Heni Sa'adah, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Internet Terhadap Interaksi Sosial Pada Siswa Man 3 Sleman."

TikTok, seberapa sering waktu dalam mengakses TikTok, serta waktu yang dihabiskan untuk mengakses TikTok. Pengukuran ini menyangkut tindakan yang dilakukan seseorang sebagai obyek yang terarah . sebagaimana teori yang disampaikan Borgatus bahwa komponen afektif akan selalu berhubungan dengan komponen kognitif dan hubungan tersebut dalam keadaan konsisten.

e. Mekanisme Video Viral Di TikTok

TikTok adalah aplikasi yang sangat populer di kalangan generasi Z. Angka yang dipublikasikan di sumber periklanan ByteDance menunjukkan bahwa TikTok memiliki 92,07 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada awal 2022. Padahal, TikTok baru berusia 6 tahun sejak diluncurkan pada September 2016 silam.

Melansir dari IDN Times²⁵, ada beberapa cara agar video yang di upload pada TikTok bisa viral, yaitu:

a. Posting Video Setiap Hari Walau Belum Menjangkau Banyak Orang.

Menurut Grant Beene, tidak ada yang namanya memposting terlalu banyak di TikTok. Akan ada perbedaan orang yang memposting tiga kali sehari dan orang yang jarang memposting videonya. Semakin banyak konten video yang dihasilkan dalam sehari, semakin cepat pula video itu akan dikenali. Mereka akan tumbuh lebih cepat daripada seseorang yang memposting sekali sehari.

²⁵ Times dan Zakiah, “Ternyata Ini 7 Cara Mudah Viral dan Populer di TikTok.”

Meskipun informasi seputar algoritma TikTok masih samar, setidaknya tidak akan "dihukum" atau dianggap *spam* karena terlalu sering mengunggah seperti di Facebook. Menurut Grant Beene, video TikTok ibarat properti. Semakin banyak properti yang dimiliki, semakin besar "pendapatan" yang akan diperoleh. Kesempatan untuk dikenal pun akan semakin besar.

b. Membuat Konten Yang Sedang Tren

Contoh Tren pada bulan April yaitu Tren *dalgona coffee*. Tren ini sempat merajai TikTok dan banyak orang berbondong-bondong untuk mencobanya. Tidak ada salahnya mengikuti tren dan membuat konten yang terinspirasi dari itu.

Begitu pula jika sedang ada lagu yang viral di TikTok. Langsung terjun dengan membuat *dance cover* atau konten dengan backsound lagu tersebut akan membuat video yang di posting cepat viral.

c. Menjadi Unik Dan Berbeda Dari Kreator Lain

Agar bisa viral dan populer, penting bagi kreator untuk menjadi unik, orisinal, dan berbeda. Menunjukkan kepada orang-orang sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya.

d. Sering Berinteraksi Dengan Tiktokers Lain

Tidak hanya rutin membuat konten, tetapi berinteraksi dengan pengguna TikTok lain juga penting. Caranya dengan menonton video Tiktokers lain, berikan suka (likes), dan meninggalkan komentar.

Dengan ini, akun yang dibuat akan disadari oleh TikToker lain sehingga pengguna akan mampir ke profil untuk menonton video yang telah dibuat. Jika konten yang dibuat menarik, bisa saja pengguna akan mengajak untuk berkolaborasi bersama.

e. Fokus Membuat Konten Yang Spesifik Dan Jangan Terlalu Lebar

Hampir sama seperti YouTube, semakin spesifik konten, semakin loyal pengikut yang akan dimiliki. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui konten apa yang hendak dibuat. Akan lebih baik untuk fokus di bidang tertentu sehingga pengguna TikTok akan mudah untuk mencari dan mengenali.

Salah satu contohnya adalah Zach King (@zachking), seorang editor video profesional. Ia membuat konten TikTok tidak jauh dari profesinya, misalnya membuat video ilusi optik yang bisa membuat penonton terpana. Berkat kemampuannya, Zach berhasil mengumpulkan 50,7 juta pengikut di TikTok.

f. Memanfaatkan Hashtag Agar Video Dilihat Lebih Banyak Orang

Sama seperti semua media sosial lain, hashtag atau tagar berperan penting agar konten yang dibuat mudah dikenal dan dilihat lebih banyak orang. Hashtag berfungsi agar video lebih mudah ditemukan. Usahakan agar hashtag dan isi video relevan. Jangan menambahkan hashtag padahal tidak ada korelasinya.

Contoh hashtag yang basic adalah #exercise dan #fitness untuk konten yang berhubungan dengan kesehatan, #easyrecipe atau

#homemaderecipe untuk konten yang berkaitan dengan masakan, serta #crafts dan #5mincraft untuk konten tentang kerajinan tangan.

g. Menjadi Kreatif

Jika TikToker lain membuat *dance cover* dengan lagu A dan dengan koreografi yang sama, tidak perlu takut untuk melawan arus dan tampil beda. Dengan memperbanyak reverensi dan mengembangkan kreativitas sesuai dengan gaya sendiri.

3. Perilaku Narsisisme

a. Pengertian Perilaku

Menurut Notoadmodjo, perilaku ialah tindakan dari seseorang yang mempunyai bentangan arti yang luas antara lain: berbicara, berjalan, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis dan membaca. Dapat disimpulkan bahwa perilaku seseorang merupakan reaksi manusia terhadap rangsangan dari lingkungan perilaku seseorang dibagi kedalam perilaku wajar, perilaku dapat diterima, perilaku aneh dan perilaku menyimpang.²⁶

b. Pengertian Narsisisme

Narsisisme ialah perilaku kelainan mental yang diwujudkan dengan perasaan cinta terhadap diri sendiri secara berlebihan dan menganggap dirinya harus dikagumi. Penderitanya disebut narsisis (*narcissist*). Adapun tanda-tanda yang muncul pada seseorang yang

²⁶ Fadzilla Izzati, "Perilaku Narcissistic Pada Pengguna Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Serambi Mekkah."

narsis adalah keinginan menjadi pusat perhatian, memiliki kebiasaan tanpa diminta, memiliki strategi untuk menebarkan pesona diri, memiliki karakter berkompetisi, memiliki kemampuan manipulasi, biasanya memiliki penilaian berlebih pada diri sendiri dan merasa ingin diakui keberadaannya.²⁷

Menurut Chaplin narsisisme merupakan kecintaan diri dimana memperhatikan diri sendiri secara berlebihan, paham yang mengharapkan diri sendiri sangat superior dan amat penting, menganggap diri sendiri sebagai yang paling pandai, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus dan paling segalanya.²⁸

c. Karakteristik Gangguan Kepribadian Narsistik

Kecenderungan narsistik disorder berdasarkan pedoman DSM IV-TR²⁹, memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

- 1) Memiliki rasa kepentingan diri yang besar (misalnya, pencapaian dan bakat yang dilebih-lebihkan, berharap terkenal sebagai superior tanpa usaha yang sepadan).
- 2) Membutuhkan kebanggaan yang berlebihan.
- 3) Khayalan akan keberhasilan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, atau cinta ideal yang tidak terbatas.
- 4) Yakin bahwa ia adalah istimewa

²⁷ Rahmawati, "Menakar Perilaku Narsisme Di Media Sosial."

²⁸ Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*.

²⁹ Campbell, Miller, dan Widiger, "Narcissistic Personality Disorder and the DSM-V."

- 5) Memiliki perasaan besar. Yaitu harapan yang tidak beralasan akan perlakuan khusus atau kepatuhan otomatis sesuai harapannya.
- 6) Eksploitatif secara interpersonal. Yaitu mengambil keuntungan dari orang lain untuk mencapai tujuannya sendiri.
- 7) Tidak memiliki empati. Tidak mau mengenali atau mengetahui perasaan dan kebutuhan orang lain.
- 8) Sering merasa iri dengan orang lain atau yakin bahwa orang lain iri kepada dirinya.
- 9) Menunjukkan perilaku atau sikap yang congkak dan sombong.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Narsisisme

Menurut Sedikides, adanya faktor – faktor yang mempengaruhi narsisistik disebabkan oleh empat faktor³⁰ yaitu :

- 1) *Self-esteem* (Harga Diri), seseorang yang mengalami ketidakstabilan dalam faktor self-esteem dan sangat bergantung pada interaksi sosial.
- 2) *Depression* (Depresi), berpikiran negatif terhadap diri sendiri, lingkungan, dan masa depan yang mengalami rasa bersalah dan menarik diri dalam menjalani kehidupan.
- 3) *Loneliness* (Kesepian), perasaan dimana seseorang kurang memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain dalam lingkungannya.

³⁰ Sedikides, A.P, dan E.A., “Are normal narcissists psychologically healthy?”

4) *Subjective Well-being*, seseorang merasakan kebahagiaan hanya dengan sebatas pada suatu hal.

Menurut Pieter dan Lubis, narsisisme bisa disebabkan oleh beberapa faktor³¹, yaitu:

1) Faktor psikologis.

Faktor psikologis adalah faktor mendasar dalam diri individu yang akan mempengaruhi perilaku individu. Narsisisme terjadi karena tingkat aspirasi yang tidak realistis atau berkurangnya penerimaan terhadap diri sendiri.

2) Faktor biologis.

Secara biologis gangguan narsisme lebih banyak dialami oleh individu yang orang tuanya penderita neurotic. Selain itu jenis kelamin, usia, fungsi hormonal, dan struktur-struktur fisik yang lain ternyata berhubungan dengan narsisisme.

3) Faktor sosiologi

Narsisme dialami oleh semua orang dengan berbagai lapisan dan golongan terhadap perbedaan yang nyata antara kelompok budaya tertentu dan reaksi narsisisme yang dialaminya.

³¹ H.Z dan N.L, *Pengantar Psikologi Dalam Keperawatan*.

e. Aspek-Aspek Narsisisme

Robert Raskin dan Howard Terry menyebutkan bahwa ada tujuh komponen perilaku narsisisme, yaitu: *authority*, *exhibitionism*, *superiority*, *vanity*, *exploitiveness*, *entitlement*, and *self-sufficiency*.³²

- 1) *Authority*, keyakinan bahwa orang-orang harus patuh kepadanya.
- 2) *Exhibitionism*, yaitu keinginan untuk bersikap sombong dan merasa memiliki kemampuan yang hebat.
- 3) *Superiority*, yaitu keinginan untuk selalu memimpin dan menunjukkan kekuasaannya.
- 4) *Vanity*, yaitu perilaku angkuh dan arogan.
- 5) *Exploitativeness*, yaitu mengeksploitasi orang lain untuk mencari keuntungan.
- 6) *Entitlement*, yaitu harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain.
- 7) *Self-sufficiency*, yaitu percaya diri serta keyakinan bahwa dirinya spesial dan unik.

f. Narsisisme Di Media Sosial³³

1) Konsekuensi Gangguan Kepribadian Narsistik

a) Agresif

Agresif merupakan salah satu perilaku sosial yang paling melekat pada individu narsistik. Dalam berbagai studi, narsistik terkait dengan respon agresif dalam interaksi yang diprovokasi

³² Robert Raskin, "A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity."

³³ Sakinah dan Zatrach, "Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri."

maupun tidak diprovokasi. Contoh tindak respon narsistik adalah ketika mendapatkan ancaman diri yang Meningkat, narsistik akan mengeluarkan suara yang lebih keras terhadap lawan bicaranya dalam sebuah interaksi.

b) Mempertahankan Diri Dan Cara Berpikir Yang Menyimpang

Dari sudut pandang klinis maupun sosial kepribadian, narsistik termasuk aspek pemeliharaan harga diri atau peningkatan diri. Mereka berusaha untuk meraih tujuan pribadi tanpa mau empati terhadap kepentingan orang lain di sekitarnya. Hal ini dapat dilihat dari sikap yang suka mementingkan diri sendiri atau kecenderungan memanfaatkan apapun untuk meningkatkan persona dirinya sendiri. Narsistik cenderung menyalahkan situasi atau orang lain jika apa yang diinginkan tidak tercapai.

c) Merusak Suatu Hubungan

Efek narsisisme yang paling substansial adalah berkaitan dengan fungsi interpersonal. Secara umum, orang yang narsis sibuk dengan bagaimana menampilkan performa yang unggul sedemikian rupa sehingga orang asing suka dan terkesan dengan dirinya dalam pertemuan awal. Buffardi and Campbell menambahkan³⁴, dalam hubungan interpersonal, individu narsistik dapat membangun hubungan interpersonal dengan baik, yaitu cenderung disukai pada interaksi awal, dianggap menarik,

³⁴ Buffardi dan Campbell, "Narcissism and Social Networking Web Sites."

dianggap mampu jadi pemimpin kelompok tertentu, dan memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Namun begitu, individu narsistik gagal menciptakan hubungan jangka panjang yang memiliki kualitas kedekatan empati atau kehangatan emosional. Ini dikarenakan sikapnya yang suka mengeksploitasi hubungan interpersonal hanya untuk menunjukkan kepada publik dalam setiap kesempatana bahwa dirinya paling hebat daripada orang lain.

d) Muncul Perilaku Yang Menyimpang Dari Proses Internalisasi

Internalisasi merupakan proses pembelajaran selama hidup di dunia yaitu berupa melewati berbagai peristiwa dan kondisi-kondisi tertentu yang kemudian membentuk suatu keyakinan seseorang baik itu norma, prinsip dan cara pandang. Secara sederhana narsistik bisa merangsang tumbuhnya perilaku yang menyimpang dari proses internalisasi yang dibentuk dari kegagalan individu narsistik dalam berbagai bidang, seperti gagal membangun hubungan personal, gagal dalam beradaptasi sebagai bagian fungsi sosial, gagal dalam pekerjaan dan lain sebagainya.

e) Kurang Wawasan Mengenal Kepribadian Diri Sendiri

Banyak literatur yang menemukan bahwa gangguan kepribadian memang memiliki wawasan yang rendah tentang dirinya sendiri. Beberapa bukti yang menunjukkan bahwa kurangnya wawasan ini memengaruhi kemampuan individu narsistik untuk menilai kepribadian orang lain secara akurat.

Narsistik hanya memiliki kemampuan berfantasi bahwa dirinya adalah orang yang sangat menarik, penuh prestasi dan layak diistimewakan. Sedangkan orang yang mengenal mereka akan menilai narsistik adalah seorang pembual, tukang pamer dan jauh dari kenyataan yang disampaikan oleh narsistik itu sendiri.

C. HIPOTESIS

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga di uji secara empiris. Sehingga hipotesis dinyatakan sebagai suatu jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diteliti dan dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ha : Adanya Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

Ho : Tidak adanya hubungan antara penggunaan Aplikasi TikTok dengan perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti berusaha untuk mendapatkan informasi dan hasil uji perbedaan mengenai pengaruh aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo, sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.³⁵

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistic, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.³⁶

³⁵ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2010).*

³⁶ Tamzeh, *Metodologi Penelitian Praktis.*

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif, Penelitian deskriptif merupakan penelitian paling sederhana, dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Ini artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian. Dan jenis dari penelitian deskriptif yang peneliti gunakan adalah penelitian korelasi sebab akibat dimana untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme yang meliputi X terhadap Y perilaku narsisisme. Data yang akan dianalisis didapat dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa KPI 2021 IAIN Ponorogo.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.³⁷ Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif.³⁸ Variabel independen adalah variabel bebas yang dalam

³⁷ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.

³⁸ Agusty, *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman untuk Skripsi, Tesis disertai Ilmu Manajemen* (Semarang, Universitas Diponegoro, 2006), 26.

hubungannya dengan variabel lain bertindak sebagai penyebab atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Ada juga yang menyebut variabel ini dengan nama variabel pendorong dan variabel masukan yang sering disebut sebagai predictor. Variabel ini dilambangkan dengan X. Pada penelitian ini, terdapat satu variabel bebas yaitu pengaruh aplikasi TikTok.

b. Variabel Terikat (Dependen)

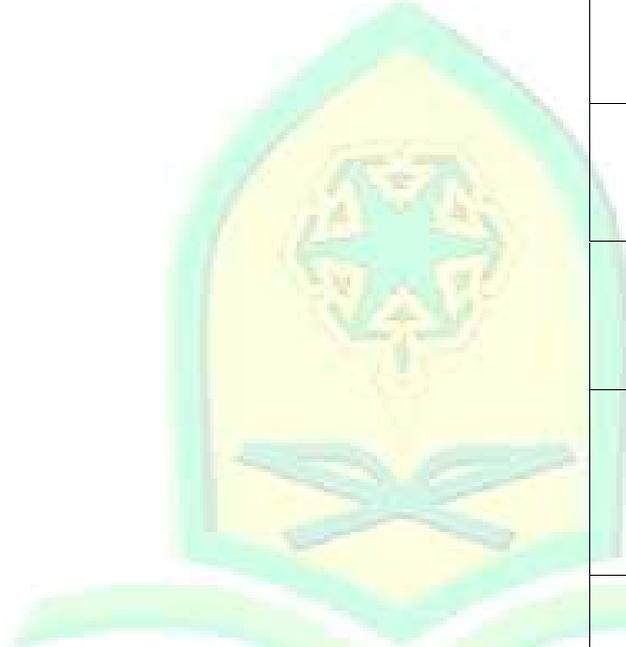
Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian. Dalam script analysis, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen.³⁹ Variabel dependen dipengaruhi oleh variabel lain, atau variabel yang tergantung dengan variabel lain. Variabel dependen sering disebut juga dengan variabel respon atau akibat. Variabel ini dilambangkan dengan huruf Y. Pada penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu perilaku narsisisme.

2. Definisi Operasional

Tabel 3. 1 Bagian Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Pengaruh Penggunaan aplikasi TikTok (X)	Aplikasi untuk membuat, menyebarkan dan mengakses beragam video pendek.	1. Durasi
		2. Informasi
		3. Unik dan menarik
		4. Trend
		5. Interaksi
Perilaku narsisisme (Y)	Perasaan cinta terhadap diri sendiri secara berlebihan.	1. Keyakinan bahwa orang-orang harus patuh kepadanya

³⁹ Agusty, 27.

		2. Keinginan untuk bersikap sombong
		3. Merasa memiliki kemampuan yang hebat
		4. Keinginan untuk selalu memimpin
		5. Perilaku angkuh dan arogan
		6. Harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain
		7. Percaya diri

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono bahwa instrumen menyatakan penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁴⁰ Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan data

⁴⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 94.

yang akurat yaitu dengan menggunakan Skala Likert. Sugiyono menyatakan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial.⁴¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

1. SS : Sangat setuju Diberi skor 5
2. S : Setuju Diberi skor 4
3. RG: Ragu-ragu Diberi skor 3
4. TS : Tidak setuju Diberi skor 2
5. ST : Sangat tidak setuju Diberi skor 1

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Bagian Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	No Item
Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok (X)	1. Informasi	1,2,3,4,5
	2. Durasi	6,7
	3. Unik dan Menarik	8,9,10,11
	4. Tren	12,13,14,15,16
	5. Interaksi	17,18,19,20,21
Perilaku narsisisme (Y)	1. Keyakinan bahwa orang-orang harus patuh kepadanya	22
	2. Merasa memiliki kemampuan yang hebat	23,24

⁴¹ Sugiono, 146.

	3. Keinginan untuk selalu memimpin	25,26
	4. Perilaku angkuh dan arogan	27,28,29,30,31
	5. Harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain	32,33,34
	6. Percaya Diri	35,36,37,38,39

C. Lokasi Populasi dan Sampel

1. Lokasi

Lokasi penelitian adalah letak dimana penelitian ini akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan atau diperlukan dan berkaitan dengan permasalahan penelitian. Adapun lokasi penelitian ini berada di IAIN Ponorogo terkhusus mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam 2021 Institut Islam Negeri Ponorogo yang merupakan pengguna media sosial TikTok, dimana kampus ini adalah salah satu kampus yang ingin diteliti oleh peneliti terkait dengan masalahnya..

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴² Sementara defenisi populasi menurut Kuncoro adalah kelompok elemen

⁴² Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*.

yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi, atau kejadian yang membuat kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian.⁴³

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan jumlah siswa sebagai berikut :

Tabel.3. 3 Bagian Lokasi,Populasi Dan Sampel

No	Kelas	Jumlah
1.	KPI A	26
2.	KPI B	29
3.	KPI C	26
4.	KPI D	23
5.	KPI E	24
	Total	128

3. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populasi. Sampel juga merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴⁴ Metode yang digunakan adalah probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota

⁴³ Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*.

⁴⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, 73.

populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁴⁵ Pengambilan sampel dilakukan secara *stratified random sampling*. Metode *stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional. Survei ini dilakukan terhadap responden yang berstatus mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo. Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin.⁴⁶

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

Keterangan : n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang masih dapat ditoleransi (10%)

$$n = \frac{1}{1 + 1 \times 0,02^2}$$

$$n = \frac{1}{2,2}$$

$$n = 5,1$$

Jadi jumlah sampel sebesar 56,14 atau 56 orang.

D. Tahap-tahap Penelitian

Metode pengumpulan data yang diperlukan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi

⁴⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

⁴⁶ Sugiono, 62.

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang mana peneliti melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian yaitu pengamatan langsung pada mahasiswa KPI angkatan tahun 2021 IAIN Ponorogo. Sutrisno mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai biologis dan psikologis.⁴⁷

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet.⁴⁸

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berupa pertanyaan maupun pernyataan melalui *Google Form* mengenai pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa KPI angkatan tahun 2021 IAIN Ponorogo.

⁴⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

⁴⁸ Sugiono, 219.

E. Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor konstruk dengan skor totalnya. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas yaitu jika nilai signifikan $>0,05$, maka item dinyatakan tidak valid dan jika nilai signifikan.⁴⁹

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan melihat apakah instrument dapat mengukur suatu yang diukur tersebut secara konsisten dari waktu ke waktu. Jika hasil yang diberikan konsisten, maka dapat dikatakan reliable. Reliabilitas diukur dengan menggunakan metode cronbach alpha. Kuesioner dapat dikatakan reliable jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60.⁵⁰

2. Uji Asumsi Normal

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang kita miliki berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan keputusan untuk uji normalitas ini yaitu, jika sig $>0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika sig 0,05.

b. Uji Linieritas

⁴⁹ Ariefianto, *Ekonometrika Esensi Dan Aplikasi Dengan Menggunakan EViews*, 78.

⁵⁰ Prayitno, *Belajar Alat Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*, 158.

Uji Linieritas yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan.⁵¹

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana yaitu digunakan untuk menguji signifikan atau tidak hubungan tidak lebih dari satu variable melalui koefisien regresinya. Dalam penelitian ini, analisis regresi sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme mahasiswa.

$$Y = a + bX^{52}$$

Keterangan: Y = Variabel Dependent (perilaku narsisisme mahasiswa)

a = Konstanta

b = Koefesien Regresi penggunaan aplikasi TikTok

X = Potensi penggunaan aplikasi TikTok

⁵¹ Ridwan dan Sunartob, *Pengantar statistika*, 147.

⁵² Ridwan dan Sunartob, 152.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah IAIN Ponorogo

Keberadaan IAIN Ponorogo tidak terlepas dari Akademi Syari'ah AbdulWahhab (ASA) sebagai embrionya, yang didirikan pada tanggal 1 Februari 1968 atas ide KH. Syamsuddin dan KH. Chozin Dawoedy. Akademi ini kemudian dinegerikan pada tanggal 12 Mei 1970 menjadi Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel yang dipimpin oleh R.M.H. Aboe Amar Syamsuddin dengan menyelenggarakan Program Sarjana Muda. Berdasarkan tuntutan perkembangan dan organisasi Perguruan Tinggi, maka dikeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Sejak saat itulah semua fakultas di lingkungan IAIN yang berlokasi di luar induk, berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan tidak lagi menjadi bagian dari IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Peresmian alih tersebut ditandai dengan upacara yang diadakan oleh Menteri Agama RI di Jakarta. Setelah upacara peresmian, secara otomatis terjadi pemisahan dan peralihan prinsip antara rektor IAIN dengan ketua STAIN masing-masing. Mulai tahun akademik 1997-1998 semua urusan administrasi, pendidikan, ketenagaan dan keuangan STAIN sepenuhnya dikelola otonom oleh masing-masing STAIN.

STAIN Ponorogo merupakan salah satu dari Fakultas daerah, yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo, yang dialihsetatkan menjadi Sekolah Tinggi Islam Negeri. STAIN Ponorogo yang berdirisejak 21 Maret 1997 M., bertepatan dengan 12 Dzulqaidah 1417 H. Dengan perubahan status tersebut, maka STAIN Ponorogo dapat membuka tiga Jurusan yaitu, Jurusan Syari'ah, Jurusan Tarbiyah, dan Jurusan Ushuluddin. Keberadaan STAIN Ponorogo berakhir pada 2016 seiring dengan alih status menjadi IAIN Ponorogo. Selama berdiri kurang lebih 19 tahun, telah terjadi empat kali pergantian ketua STAIN Ponorogo. Berikut adalah daftar ketua STAIN Ponorogo sejak tahun 1997 hingga 2016:

- a. H. Anshor M. Rusydi, Ketua STAIN Ponorogo Tahun 1998-2002
- b. H. Sugihanto, M.Ag., Ketua STAIN Ponorogo Tahun 2002-2006
- c. H. A. Rodli Makmun, M.Ag., Ketua STAIN Ponorogo Tahun 2006-2010
- d. Hj. S. Maryam Yusuf, M.Ag., Ketua STAIN Ponorogo Tahun 2010-2016

Pada tahun 2016 ini, berdasarkan Perpres 75 tahun 2016, STAIN Ponorogo resmi menjadi IAIN Ponorogo. Tujuan alih status ini adalah perguruan tinggi tidak hanya menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik dalam lingkup satu disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian tertentu, pendidikan profesional dan akademik dalam sekelompok disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian tertentu, tetapi lebih luas lagi adalah dapat menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik

dalam sekelompok disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian sejenis.

Selain peningkatan secara kuantitas, keberadaan program studi di lingkungan IAIN Ponorogo juga mengalami peningkatan kualitas. Pada tahun 2015, telah dilaksanakan akreditasi pada program studi baru yang telah berusia dua tahun dan juga reakreditasi bagi program studi lama. Hasilnya, lima program studi baru berhasil terakreditasi B dan lima program studi lama terakreditasi B. Selanjutnya, pada tahun 2016, institusi semula bernama STAIN Ponorogo telah mendapatkan akreditasi B dari BAN-PT sesuai SK Nomor:1146/SK/BAN-PT/Akred/PT/VII/2016. Berhubung terjadi alih status dari STAIN Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo, maka BAN-PT melakukan surveilen. Hasilnya, institusi IAIN Ponorogo kembali dinyatakan terakreditasi dengan predikat B.

2. Visi dan Misi IAIN Ponorogo

a. Visi

Sebagai Pusat Kajian Dan Pengembangan Ilmu Keislaman Yang Unggul Dalam Rangka Mewujudkan Masyarakat Madani

b. Misi

- 1) Menghasilkan sarjana di bidang-bidang ilmu keislaman yang unggul dalam kajian materi dan penelitian
- 2) Menghasilkan sarjana yang mampu mewujudkan civil society

3) Menghasilkan sarjana yang berkarakter dan toleran⁵³

3. Gambaran Umum Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam berdiri sejak tahun 2012 berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam No. 1191 Th.2012. Pada tahun 2014 berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 13/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/I/2018 berhasil mendapatkan Akreditasi dari BAN-PT dengan Peringkat Nilai B, yang berlaku sejak 2018 sampai 15 Agustus 2019. Sesuai dengan PMA 38 Tahun 2017, Lulusan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mendapatkan gelar akademik Sarjana Sosial (S.Sos). Lulusan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam diproyeksikan sebagai Praktisi media cetak dan elektronik yang islami, unggul dan kompetitif. Selain itu, juga bisa menjadi Penyuluh.⁵⁴

Visi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yaitu “Menjadi program studi yang menghasilkan sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam yang transformatif, untuk mewujudkan masyarakat madani dibidang jurnalistik dan broadcasting pada tahun 2021”.

Misi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam :

- a. Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran yang transformatif di bidang jurnalistik dan broadcasting baik teori maupun praktik.

⁵³ “Goal Kampus, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.” diakses tanggal 30 October 2022 <https://iainponorogo.ac.id/goal-kampus/>.

⁵⁴ “S1-Komunikasi Dan Penyiaran Islam – PMB IAIN Ponorogo.” Diakses tanggal 30 October 2022 <https://pmb.iainponorogo.ac.id/program-studi/s1-komunikasi-dan-penyiaran-islam/>.

- b. Melaksanakan penelitian untuk memperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan broadcasting.
- c. Melaksanakan pengabdian masyarakat di bidang jurnalistik dan broadcasting.
- d. Melaksanakan kerjasama yang baik dengan lembaga dalam negeri untuk memperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan broadcasting.

Tujuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam :

- a. Terselenggaranya pendidikan dan pembelajaran yang transformatif di bidang jurnalistik dan broadcasting baik teori maupun praktik.
- b. Terlaksananya penelitian untuk memperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan broadcasting.
- c. Terlaksananya pengabdian masyarakat di bidang jurnalistik dan broadcasting.
- d. Terjalinnnya kerjasama yang baik dengan lembaga dalam negeri maupun luar negeri untuk memeperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan broadcasting.⁵⁵

B. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen menggunakan program SPSS versi 23 for windows. Syarat sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai signifikan

⁵⁵ "S1-Komunikasi Dan Penyiaran Islam – PMB IAIN Ponorogo."

<0,05. Adapun hasil uji validitas variabel penggunaan gadget sebagai berikut:

Tabel 4.1 Rekapitulasi X (Penggunaan Aplikasi TikTok)

No Item	Nama Sig	Batas Valid	Keterangan
1.	0,036	0,05	VALID
2.	0,013	0,05	VALID
3.	0,03	0,05	VALID
4.	0,073	0,05	VALID
5.	0,00	0,05	VALID
6.	0,001	0,05	VALID
7.	0,157	0,05	TIDAK VALID
8.	0,016	0,05	VALID
9.	0,0000	0,05	VALID
10.	0,0000	0,05	VALID
11.	0,025	0,05	VALID
12.	0,0000	0,05	VALID
13.	0,201	0,05	TIDAK VALID
14.	0,164	0,05	TIDAK VALID
15.	0,013	0,05	VALID
16.	0,025	0,05	VALID
17.	0,027	0,05	VALID
18.	0,012	0,05	VALID
19.	0,034	0,05	VALID
20.	0,020	0,05	VALID
21.	0,043	0,05	VALID

Tabel 4.2 Rekapitulasi Y (Perilaku Narsisisme)

No Item	Nilai Sig	Batas Valid	Keterangan
1.	0,016	0,05	VALID
2.	0,000	0,05	VALID
3.	0,000	0,05	VALID
4.	0,025	0,05	VALID
5.	0,000	0,05	VALID
6.	0,027	0,05	VALID
7.	0,012	0,05	VALID
8.	0,034	0,05	VALID
9.	0,020	0,05	VALID
10.	0,043	0,05	VALID
11.	0,121	0,05	TIDAK VALID
12.	0,000	0,05	VALID

13.	0,125	0,05	TIDAK VALID
14.	0,036	0,05	VALID
15.	0,013	0,05	VALID
16.	0,03	0,05	VALID
17.	0,073	0,05	VALID
18.	0,00	0,05	VALID
19.	0,001	0,05	VALID

Tabel 4.3 Instrumen Pengumpulan Data Valid

Variabel	Indikator	Teknik Pengumpulan	Nomor Angket	
			Valid	Tidak Valid
Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok (X)	Durasi	Kuesioner/angket	6	7
	Informasi		1,2,3,4,5	
	Unik dan menarik		8,9,10,11	
	Tren		12,15,16	13,14
	Interaksi		17,18,19,20,21	
Perilaku narsisisme (Y)	Keyakinan bahwa orang-orang harus patuh kepadanya	Kuesioner/angket	22	
	Merasa memiliki kemampuan yang hebat		23,24	
	Keinginan untuk selalu memimpin		25,26	
	Perilaku angkuh dan arogan		27,29,30,31	28
	Harapan untuk mendapatkan pujian dari orang lain		32,34	33

	Percaya Diri		35,36,37, 38,39	
--	--------------	--	--------------------	--

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji apakah butir-butir pertanyaan reliabel, maka dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan Aplikasi IBM SPSS Statistik Versi 23 sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	21

Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Variabel Y (Perilaku Narsisisme)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	19

Berdasarkan hasil uji realibilitas menggunakan bantuan Aplikasi IBS SPSS Statistic Versi 23 dapat disimpulkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Reliabel	Kriteria
Penggunaan Aplikasi TikTok (X)	0,932	0,06	Reliabel
Perilaku Narsisisme (Y)	0,852	0,06	Reliabel

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak, guna untuk memenuhi syarat asumsi klasik tentang kenormalan data. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistic Versi 23 sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Uji Normalitas Variabel X terhadap Y
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	12,99004415
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,144
	Negative	-,144
Test Statistic		,144
Asymp. Sig. (2-tailed)		,005 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) secara linier ataupun tidak. Uji linieritas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS Statistic Versi 23 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Linieritas Variabel X terhadap Y

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F
Perilaku Narsisisme * Apk Tiktok	20493,982	31	661,096	3,837
Between Groups (Combined)				
Linearity	15348,214	1	15348,214	89,083
Deviation from Linearity	5145,769	30	171,526	,996
Within Groups	4135,000	24	172,292	
Total	24628,982	55		

C. Deskripsi Data

1. Data Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)

Data variabel penggunaan Aplikasi TikTok dari responden Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo angkatan tahun 2021 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9 Data Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)

No.	Responden	Skor
1.	Kharisma Dewintia	97
2.	Muhsin Muthohar	95
3.	Lita Arista	98
4.	Luthpi Hidayatull Istiqomah	90
5.	Tsaniya Yasyrifatul Istiqomah	87
6.	Zahrovi Mahdyanita Lazzarani	48
7.	Nur Alfi Dzakirotul Asyrifah	95
8.	Ulil Albab	80
9.	Zida Qolbi Luthfa	35
10.	Haidar Bendung Persada	92
11.	Umeir Sholahuddin	88
12.	Alif Albian	85
13.	Alviendra	77

14.	Angga Febri Setiawan	82
15.	Febriana Puji W	97
16.	Fernanda Praditya Pratama	66
17.	Fira Nikaini	58
18.	Nur Maria Ulfa	53
19.	Rima Arifatul Nurrofi'	74
20.	Zacky Pandu Setiawan	63
21.	Zahra Ayuni Sunaryo	64
22.	Ahmad Toriq Prakoso	61
23.	Dhiah Wahyu Mahfiroh	83
24.	Dian Novitasari	80
25.	Putri Gesa Yanuarizki	95
26.	Ahmad Mustaqim Fawaid	93
27.	Binti Rahmatul Hasanah	65
28.	Siti Mudholifah	85
29.	Chintia Maria Nur Fadillah	75
30.	Davita Dyah Ayu Puspitasari	48
31.	Awwalu Mughni Rizkiya	64
32.	Muhammad Prabu Baraneo	88
33.	Ayu Andini Azizah	68
34.	Achbiby Afifah	74
35.	Muhammad Rauf Shobar Saputra	90
36.	Muhammad Saifuddin	97
37.	Iswatun Nurhana	90
38.	Puput Kusumaningtias	94
39.	Dicky Bagus Wibowo	94
40.	Diva Arjuna Nugraha	99
41.	Enggal Tri Nugroho	97
42.	Erika Novita Aryani	90
43.	Anggie Novita	79
44.	Anis Lailatul Munawaroh	82
45.	Kusnul Septiana	87
46.	Laila Mutho Haroh	77
47.	Lailatul Fadhila Hikma Faiza	94
48.	Lisa Febrianti	90
49.	Shelvilia Sari	90
50.	Adda Azizi Pramudia	92
51.	Ahmad Fuadi	25
52.	Ahmad Fajar Ihsani	91
53.	Ahmad Fauzan Al Wafaa	94
54.	Alberta Shintazain Kurniawan	66
55.	Alfina Putery Dahmayanti	90
56.	Riyan Afif Al-Aamin	87
	Total	4498

Selanjutnya peneliti akan memaparkan hasil skor jawaban kuesioner penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.10 Skor Data Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)

No.	Skor	Frekuensi
1.	25	1
2.	35	1
3.	45	1
4.	49	1
5.	53	1
6.	58	1
7.	61	1
8.	63	1
9.	64	2
10.	65	1
11.	66	2
12.	68	1
13.	74	2
14.	75	1
15.	77	2
16.	79	1
17.	80	2
18.	82	2
19.	83	1
20.	85	2
21.	87	3
22.	88	2
23.	90	7
24.	91	1
25.	92	2
26.	93	1
27.	94	4
28.	95	3
29.	97	4
30.	98	1
31.	99	1

2. Data Variabel Y(Perilaku Narsisisme)

Data variabel perilaku narsisisme (Y) dari responden mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun angkatan

2021 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11 Data Variabel Y (Perilaku Narsisisme)

No.	Responden	Skor
1.	Kharisma Dewintia	82
2.	Muhsin Muthohar	60
3.	Lita Arista	56
4.	Luthpi Hidayatull Istiqomah	62
5.	Tsaniya Yasyrifatul Istiqomah	68
6.	Zahrovi Mahdyanita Lazzarani	26
7.	Nur Alfi Dzakirotul Asyrifah	85
8.	Ulil Albab	57
9.	Zida Qolbi Luthfa	21
10.	Haidar Bendung Persada	84
11.	Umeir Sholahuddin	48
12.	Alif Albian	67
13.	Alviendra	75
14.	Angga Febri Setiawan	71
15.	Febriana Puji W	87
16.	Fernanda Praditya Pratama	28
17.	Fira Nikaini	25
18.	Nur Maria Ulfa	26
19.	Rima Arifatul Nurrofi'	63
20.	Zacky Pandu Setiawan	58
21.	Zahra Ayuni Sunaryo	59
22.	Ahmad Toriq Prakoso	21
23.	Dhiah Wahyu Mahfiroh	63
24.	Dian Novitasari	72
25.	Putri Gesa Yanuarizki	86
26.	Ahmad Mustaqim Fawaid	76
27.	Binti Rahmatul Hasanah	31
28.	Siti Mudholifah	64
29.	Chintia Maria Nur Fadillah	52
30.	Davita Dyah Ayu Puspitasari	42
31.	Awwalu Mughni Rizkiya	53
32.	Muhammad Prabu Baraneo	78
33.	Ayu Andini Azizah	57
34.	Achbiby Afifah	80
35.	Muhammad Rauf Shobar Saputra	75
36.	Muhammad Saifuddin	95
37.	Iswatun Nurhana	72

38.	Puput Kusumaningtias	89
39.	Dicky Bagus Wibowo	85
40.	Diva Arjuna Nugraha	86
41.	Enggal Tri Nugroho	82
42.	Erika Novita Aryani	85
43.	Anggie Novita	72
44.	Anis Lailatul Munawaroh	76
45.	Kusnul Septiana	71
46.	Laila Mutho Haroh	59
47.	Lailatul Fadhila Hikma Faiza	48
48.	Lisa Febrianti	43
49.	Shelvilia Sari	46
50.	Adda Azizi Pramudia	89
51.	Ahmad Fuadi	23
52.	Ahmad Fajar Ihsani	85
53.	Ahmad Fauzan Al Wafaa	86
54.	Alberta Shintazain Kurniawan	53
55.	Alfina Putery Dahmayanti	55
56.	Riyan Afif Al-Aamin	75
	Total	3533

Selanjutnya,peneliti akan memaparkan hasil skor jawaban kuesioner penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.12 Skor Data Variabel Y (Perilaku Narsisisme)

No.	Skor	Frekuensi
1.	21	2
2.	23	1
3.	25	1
4.	26	2
5.	28	1
6.	31	1
7.	42	1
8.	43	1
9.	46	1
10.	48	2
11.	52	1
12.	53	2
13.	55	1
14.	56	1
15.	57	2
16.	58	1

17.	59	2
18.	60	1
19.	63	2
20.	64	1
21.	67	1
22.	68	1
23.	71	2
24.	72	3
25.	75	3
26.	76	2
27.	78	1
28.	80	1
29.	82	2
30.	84	1
31.	85	4
32.	86	3
33.	87	1
34.	89	2
35.	95	1

D. Analisis Data

1. Analisis Data Variabel X (Pengaruh Aplikasi TikTok)

Analisis data ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh aplikasi tiktok pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun angkatan 2021 sebagai berikut. Sebelum melakukan perangkingan/kategorisasi maka perlu menghitung nilai mean dan standar deviasi.

Langkah-langkah untuk menghitung mean dan standar deviasi adalah sebagai berikut:

- a) Membuat tabel distribusi frekuensi

Tabel 4.13 Data Perhitungan Rata-Rata dan Standar Deviasi Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)

No.	X	F	FX	X ²	(FX) ²
1.	25	1	25	625	625

2.	35	1	35	1.225	1.225
3.	45	1	45	2.025	2.025
4.	49	1	49	2.401	2.401
5.	53	1	53	2,809	2,809
6.	58	1	58	3.364	3.364
7.	61	1	62	3,844	3,844
8.	63	1	63	3.969	3.969
9.	64	2	128	4.096	16,384
10.	65	1	65	4.225	4.225
11.	66	2	132	4.356	17,820
12.	68	1	68	4.624	4.624
13.	74	2	148	5.476	21.904
14.	75	1	75	5.625	5.625
15.	77	2	154	5,929	23.716
16.	79	1	79	6.241	6.241
17.	80	2	160	6.400	25.600
18.	82	2	164	6.724	26.896
19.	83	1	83	6,889	6,889
20.	85	2	170	7.225	28,900
21.	87	3	261	7,569	68,121
22.	88	2	176	7.744	30.976
23.	90	7	630	8.100	396.900
24.	91	1	91	8,281	8.281
25.	92	2	184	8.464	33.856
26.	93	1	93	8.649	8.649
27.	94	4	376	8.836	141.376
28.	95	3	285	9,025	81.225
29.	97	4	388	9.409	150.544
30.	98	1	98	9,604	9,604
31.	99	1	99	9.801	9.801
	Total	56	4497	183.554	1.148.419

b) Menentukan rentang data dengan rumus:

$$R = X_t - X_r \text{ (data tertinggi - data terendah)}$$

$$= 99 - 25$$

$$= 74$$

- c) Menentukan banyaknya kelas

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log 56 \\
 &= 1 + 3,3 (1,748188027) \\
 &= 1 + 5,7690204891 \\
 &= 6,7690264891 \\
 &= 7 \text{ (di bulatkan).}
 \end{aligned}$$

- d) Menentukan interval kelas

$$\begin{aligned}
 C_i &= \text{range} / k \\
 &= 74 / 7 \\
 &= 10,571428 \\
 &= 10 \text{ (di bulatkan)}
 \end{aligned}$$

- e) Menentukan Mean

$$\begin{aligned}
 \text{Mean} &= \frac{FX}{F} \\
 &= 4497 / 56 \\
 &= 80,303571 \\
 &= 80 \text{ (di bulatkan)}
 \end{aligned}$$

- f) Menghitung standar deviasi

$$\begin{aligned}
 SD &= \sqrt{\frac{FX^2}{n-1}} \\
 &= \sqrt{\frac{11.4}{5} - 1} \\
 &= \sqrt{\frac{11.4}{5}} \\
 &= 19,4844205618 \\
 &= 19 \text{ (di bulatkan)}
 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS Statistic Versi

23 sebagai berikut:

Tabel 4.14 Mean dan Standar Deviasi Variabel X (Penggunaan Aplikasi TikTok)

Statistics	
X	
	31
	0
Mean	74,5484
Std. Deviation	19,27838

2. Analisis Data Variabel Y (Perilaku Narsisisme)

a) Membuat tabel distribusi frekuensi

Tabel 4.15 Data Perhitungan Rata-Rata Dan Standar Deviasi Variabel Y (Perilaku Narsisisme)

No.	Y	Frekuensi	FY	Y ²	(FY) ²
1.	21	2	42	441	1.764
2.	23	1	23	529	529
3.	25	1	25	625	625
4.	26	2	52	676	2.704
5.	28	1	28	784	784
6.	31	1	31	961	961
7.	42	1	42	1.764	1.764
8.	43	1	43	1.849	1.849
9.	46	1	46	2.116	2.116
10.	48	2	96	2.304	9.216
11.	52	1	52	2.704	2.704
12.	53	2	106	2.809	11.236
13.	55	1	55	3.025	3.025
14.	56	1	56	3.136	3.136
15.	57	2	114	3.249	12.996
16.	58	1	58	3.364	3.364
17.	59	2	118	3.481	13.924
18.	60	1	60	3.600	3.600
19.	63	2	126	3.969	15.876
20.	64	1	64	4.096	4.096
21.	67	1	67	4.489	4.489
22.	68	1	68	4.624	4.624

23.	71	2	142	5.041	20.164
24.	72	3	216	5.184	46.656
25.	75	3	225	5.625	50.625
26.	76	2	152	5.776	23.104
27.	78	1	78	6,084	6.084
28.	80	1	80	6.400	6.400
29.	82	2	160	6.724	25.600
30.	84	1	84	7.056	7.056
31.	85	4	340	7.225	115.600
32.	86	3	258	7.396	66.564
33.	87	1	87	7.569	7.569
34.	89	2	178	7.921	31.684
35.	95	1	95	9.025	9.025
	Total	56	3.467	141.591	521.513

b) Menentukan rentang data dengan rumus:

$$R = Y_t - Y_r \text{ (data tertinggi - data terendah)}$$

$$= 95 - 21$$

$$= 74$$

c) Menentukan banyaknya kelas

$$K = 1 + 3,3 \log 56$$

$$= 1 + 3,3 (1,748188027)$$

$$= 1 + 5,7690204891$$

$$= 6,7690264891$$

$$= 7 \text{ (di bulatkan).}$$

d) Menentukan interval kelas

$$C_i = \text{range} / k$$

$$= 74/7$$

$$= 10,571428$$

$$= 10 \text{ (di bulatkan)}$$

e) Menentukan Mean

$$\begin{aligned}\text{Mean} &= \text{FY} / \text{F} \\ &= 3467/56 \\ &= 61.9107142857 \\ &= 62 \text{ (di bulatkan)}\end{aligned}$$

f) Menghitung standar deviasi

$$\begin{aligned}\text{SD} &= \sqrt{\text{FY}^2 / \text{n}-1} \\ &= \sqrt{\frac{3467^2}{56} - 1} \\ &= \sqrt{\frac{3467^2}{56} - 1} \\ &= 20.1301558154 \\ &= 20 \text{ (di bulatkan)}\end{aligned}$$

Dengan menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS Statistic versi 23 sebagai berikut:

Tabel 4.16 Mean dan Standar Deviasi Variabel Y (Perilaku Narsisisme)

Statistics	
Y	35
	0
Mean	60,4286
Std. Deviation	20,59024

3. Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo.

Analisis data ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa KPI angkatan tahun 2021 IAIN Ponorogo.

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel X ke Y disini peneliti menggunakan analisis Linier Sederhana. Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidak hubungan tidak lebih dari satu variable melalui koefisien regresinya Dalam penelitian ini, Uji regresi linier dapat dilakukan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X) Terhadap Perilaku Narsisisme (Y)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10043,103	1	10043,103	509,816	,000 ^b
Residual	571,284	29	19,699		
Total	10614,387	30			

a. Dependent Variable: NARSISISME

b. Predictors: (Constant), APK TIKTOK

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai F hitung 509,816 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) berpengaruh terhadap perilaku narsisisme (Y).

Tabel 4.18 Hasil Analisis Koefisiensi Determinasi Variabel Penggunaan Aplikasi TikTok (X) Terhadap Perilaku Narsisisme (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,973 ^a	,946	,944	4,438

a. Predictors: (Constant), APK TIKTOK

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,973 dan diperoleh koefisiensi determinasi (R square) sebesar 0,946 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pengaruh penggunaan aplikasi TikTok) terhadap variabel terikat (perilaku narsisisme) adalah sebesar 94,4%.



BAB V

PEMBAHASAN

A. Instrumen Data

1. Uji validitas

Pada pengujian validitas instrumen penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 46 orang responden dari Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dalam uji validitas ini, ada 21 butir pertanyaan pada variabel penggunaan aplikasi TikTok (X), dan 19 butir pertanyaan pada variabel perilaku narsisisme (Y) sehingga ada 40 butir soal yang digunakan pada uji validitas ini. Kemudian dikonsultasikan pada tabel dengan taraf signifikansi 0,05. Menghasilkan 18 butir item pertanyaan dinyatakan 3 tidak valid yang berarti selain 3 butir item pada variabel penggunaan Aplikasi TikTok (X) valid. Pada variabel Y perilaku narsisisme memiliki 17 item pertanyaan dan ada 2 butir yang dinyatakan tidak valid. Total keseluruhan 35 butir item pertanyaan yang valid kemudian digunakan untuk pengambilan data dalam penelitian ini. Tabel instrumen pengumpulan data dapat dilihat pada tabel 4.3

2. Uji Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas instrumen penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 56 orang responden dari Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun angkatan 2021 untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan reliable atau tidak. Dari hasil perhitungan uji reliabilitas instrumen, diketahui pada variabel penggunaan

aplikasi TikTok (X) sebesar 0,932 dapat dilihat pada tabel 4.6. Kemudian hasil perhitungan uji reliabilitas pada variabel perilaku narsisisme (Y) sebesar 0,852 dapat dilihat pada tabel 4.6

3. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan Kolmogorov Smirnov pada penelitian ini untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak. Untuk lebih jelasnya dapat diketahui pada tabel 4.7. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi variabel penelitian $> 0,05$ maka berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi dari variabel tingkat ketertarikan (Y) sebesar $0,000 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) secara linier ataupun tidak. Apabila hubungan tersebut tidak linier maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Pada penelitian ini, hasil penghitungan uji linieritas menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS Statistic Versi 23. Berdasarkan hasil pengujian variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan perilaku narsisisme (Y) diketahui nilai Sig. Deviation from Linearity pada variabel tingkat ketertarikan (Y) sebesar $0,996 > 0,05$ dan nilai Sig. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier pada penggunaan aplikasi TikTok dan perilaku narsisisme dapat dilihat pada tabel 4.8 .

B. Deskripsi Data

Data penelitian dikumpulkan dengan kuesioner. Data tersebut meliputi variabel penggunaan aplikasi TikTok (X), perilaku narsisisme (Y) untuk memperoleh data dalam penelitian, peneliti mengambil sampel dari Mahasiswa IAIN Ponorogo jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun angkatan 2021 dengan jumlah keseluruhan populasi sebanyak 128 mahasiswa dan dengan jumlah responden sebanyak 56 mahasiswa. Data variabel X dan Y didapatkan dari penyebaran kuesioner melalui internet berupa google form yang akan peneliti sebar dalam bentuk link ke responden. Responden dapat mengisi kuesioner melalui handphone masing-masing. Skor jumlah angket dari responden diberi nilai berupa angka-angka agar memudahkan dalam perhitungan kuantitatif.

1. Data variabel pengaruh penggunaan aplikasi TikTok (X)

Data variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dari mahasiswa IAIN Ponorogo jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dikalkulasi dengan memilah masing-masing skor dan menentukan jumlah frekuensi dari setiap skor yang diperoleh seperti terlihat pada tabel 4.9.

Tabel tersebut menjelaskan hasil penjumlahan skor jawaban dari masing-masing responden terhadap setiap item pertanyaan. Jumlah item pertanyaan untuk variabel X yaitu 21 item. Selanjutnya peneliti melakukan pemaparan skor kuesioner yang dapat dilihat pada tabel 4.10. Dari tabel tersebut diperoleh data tentang variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan nilai tertinggi yang didapat adalah 99 poin dengan frekuensi 1

responden sedangkan nilai terendah dengan skor 25 poin dengan frekuensi 1 responden.

2. Data variabel perilaku narsisisme (Y)

Data variabel perilaku konsumtif (Y) dari Mahasiswa IAIN Ponorogo jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dikalkulasi dengan memilah masing-masing skor dan menentukan jumlah frekuensi dari setiap skor yang diperoleh seperti terlihat pada tabel 4.11

Tabel tersebut menjelaskan hasil penjumlahan skor jawaban dari masing-masing responden terhadap setiap item pertanyaan. Jumlah item pertanyaan untuk variabel Y yaitu 19 item. Selanjutnya peneliti melakukan pemaparan skor kuesioner yang dapat dilihat pada tabel 4.12. Dari tabel tersebut diperoleh data tentang variabel perilaku narsisisme (Y) dengan nilai tertinggi yang didapat adalah 95 poin dengan frekuensi 1 responden sedangkan nilai terendah dengan skor 21 poin dengan frekuensi 2 responden.

Setelah semua data mengenai variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dan variabel perilaku narsisisme (Y) responden sudah terkumpul, peneliti akan menghitung mean dan standard deviasi. Selanjutnya akan melakukan analisis data mengenai pengaruh dengan menggunakan analisis linier sederhana. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

C. Analisis Data

1. Analisis Data Variabel Penggunaan aplikasi TikTok (X)

Analisis data ini dilakukan untuk mengetahui tingkat variabel Penggunaan Aplikasi TikTok (X) pada Mahasiswa IAIN Ponorogo jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun angkatan 2021. Untuk menentukan kategori pengaruh penggunaan aplikasi TikTok tersebut tinggi, sedang atau rendah, dengan menyusun urutan kedudukan atas tiga tingkatan. Maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Memberi skor pada kuesioner

Untuk menentukan kategori penggunaan aplikasi TikTok tinggi, sedang dan rendah, dibuat pengelompokkan dengan rumus:

- 1) Skor lebih dari $Mx + 1.SDx$ adalah pengaruh penggunaan aplikasi TikTok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk kategori tinggi.
- 2) Skor kurang dari $Mx - 1.SDx$ adalah pengaruh penggunaan aplikasi TikTok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk kategori rendah.
- 3) Skor antara $Mx - 1.SDx$ sampai dengan $Mx + 1.SDx$ adalah pengaruh penggunaan aplikasi TikTok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk kategori sedang.

$$\begin{aligned}
 MX + 1.SDx &= 80 + 1 (19.4844205618) \\
 &= 80 + 19.4844205618 \\
 &= 99.4844205618 \\
 &= 99 \text{ (di bulatkan)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 MX - 1.SD_x &= 80 - 1 (19.4844205618) \\
 &= 80 - 19.4844205618 \\
 &= 61.4844205618 \\
 &= 61 \text{ (di bulatkan)}
 \end{aligned}$$

Disimpulkan bahwa skor lebih dari 99 dikategorikan pengaruh penggunaan aplikasi TikTok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tinggi. Sedangkan skor antara 61 – 99 dikategorikan pengaruh penggunaan aplikasi TikTok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo sedang. Dan skor kurang dari 61 dikategorikan pengaruh penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo rendah.

b) Menyusun urutan kedudukan atas tiga tingkatan

Dalam penyusunan urutan kedudukan atas tiga tingkatan dapat disusun menjadi kelompok tinggi, sedang dan rendah. Patokan yang digunakan untuk menentukan rangking atas, tengah dan bawah adalah mencari mean dan standar deviasi, dengan menggunakan tabel yang dapat dilihat pada tabel 4.13. Untuk menentukan mean dan standar deviasi yaitu dengan menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS Statistic Versi 23 yang terlihat pada tabel 4.14. Data tersebut diperoleh hasil mean pada variabel X sebesar 80,303571 dan standar deviasi sebesar 19.4844205618.

Tabel 5.1 Kategori Penggunaan Aplikasi TikTok

No.	Nilai	Frekuensi	Presentase	Kategori
1.	>99	0	0%	Tinggi
2.	61>99	50	89%	Sedang

3.	<61	6	11%	Rendah
	Jumlah	56	100%	

Dari tabel di atas dapat diketahui mengenai kategori presentase penggunaan aplikasi TikTok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo. Pertama, pada kategori tinggi dapat diketahui untuk frekuensinya terdapat 0 mahasiswa dengan presentase 0%. Kedua, pada kategori sedang dapat diketahui untuk frekuensinya terdapat 50 mahasiswa dengan presentase 89%. Dan yang terakhir, pada kategori rendah dapat diketahui untuk frekuensinya terdapat 6 mahasiswa dengan presentase 11%. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk dalam kategori yang sedang yang memiliki frekuensi tertinggi sebanyak 50 mahasiswa dengan presentase 89%.

2. Analisis Data Variabel Perilaku Narsisisme (Y)

Analisis data ini dilakukan untuk mengetahui tingkat variabel perilaku narsisisme (Y) pada Mahasiswa IAIN Ponorogo jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun angkatan 2021. Untuk menentukan kategori pengaruh penggunaan aplikasi TikTok pada perilaku narsisisme yang tinggi, sedang atau rendah, dengan menyusun urutan kedudukan atas tiga tingkatan. Maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Memberi skor pada kuesioner

Untuk menentukan kategori tingkat perilaku narsisisme yang tinggi, sedang dan rendah, dibuat pengelompokkan dengan rumus:

- 1) Skor lebih dari $My + 1.SDy$ adalah tingkat perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk kategori tinggi.
- 2) Skor kurang dari $My - 1.SDy$ adalah tingkat perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk kategori rendah.
- 3) Skor antara $My - 1.SDy$ sampai dengan $My + 1.SDy$ adalah tingkat perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk kategori sedang.

$$\begin{aligned}
 My + 1.Sdy &= 62 + 1 (20.1301558154) \\
 &= 62 + 20.1301558154 \\
 &= 82.1301558154 \\
 &= 82 \text{ (di bulatkan)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 My - 1.Sdy &= 62 - 1 (20.1301558154) \\
 &= 62 - 20.1301558154 \\
 &= 42.1301558154 \\
 &= 42 \text{ (di bulatkan)}
 \end{aligned}$$

Disimpulkan bahwa skor lebih dari 82 dikategorikan adalah perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tinggi. Sedangkan skor antara 42 – 80 dikategorikan adalah perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo sedang. Dan skor kurang dari 42 perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo rendah.

b) Menyusun urutan kedudukan atas tiga tingkatan

Dalam penyusunan urutan kedudukan atas tiga tingkatan dapat disusun menjadi kelompok tinggi, sedang dan rendah. Patokan yang digunakan untuk menentukan rangking atas, tengah dan bawah adalah mencari mean dan standar deviasi, dengan menggunakan tabel yang dapat dilihat pada tabel 4.15. Untuk menentukan mean dan standar deviasi yaitu dengan menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS Statistic Versi 23 yang terlihat pada tabel 4.16. Data tersebut diperoleh hasil mean pada variabel Y sebesar 61.9107142857 dan standar deviasi sebesar 20.1301558154.

Tabel 5.2 Kategori Perilaku Narsisisme

No.	Nilai	Frekuensi	Presentase	Kategori
1.	>80	14	25%	Tinggi
2.	42 – 80	34	61%	Sedang
3.	<42	8	14%	Rendah
	Jumlah	56	100%	

Dari tabel di atas dapat diketahui mengenai kategori presentasi perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo. Pertama, pada kategori tinggi dapat diketahui untuk frekuensinya terdapat 14 mahasiswa dengan presentase 25%. Kedua, pada kategori sedang dapat diketahui untuk frekuensinya terdapat 34 mahasiswa dengan presentase 61%. Dan yang terakhir, pada kategori rendah dapat diketahui untuk frekuensinya terdapat 8 mahasiswa dengan presentase 14%. Dapat disimpulkan bahwa perilaku narsisisme pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo termasuk dalam kategori yang sedang yang

memiliki frekuensi tertinggi sebanyak 34 mahasiswa dengan presentase 61%.

D. Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku

Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponorogo

Setelah semua data terkumpul mengenai variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dan perilaku narsisisme (Y) kemudian data tersebut akan ditabulasikan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh di dalamnya. Peneliti di sini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji data-data tersebut.

1. Analisis Regresi Linier

Untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat digunakan analisis regresi linier sederhana. Adapun hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.18. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan perilaku narsisisme (Y) kuat positif yaitu diperoleh nilai R sebesar 0,973. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan perilaku narsisisme (Y) kuat positif. Arti positif di sini adalah hubungan antara variabel X dan Y searah. Yang berarti semakin sering penggunaan aplikasi TikTok, maka semakin meningkat pula tingkat perilaku Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo.

Adapun kontribusi R Square yang disumbangkan kepada variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) terhadap variabel perilaku narsisisme (Y) sebesar 0,944 atau sama dengan 94,4%. Hal ini menunjukkan bahwa

presentase sumbangan pengaruh variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 94,4. Sedangkan hasil perhitungan pada tabel 4.17 diketahui bahwa $F_{hitung} = 509,81$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel perilaku narsisisme (Y) atau kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan yang berarti antara penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan perilaku narsisisme (Y).

Berdasarkan pada hasil nilai regresi sederhana dengan bantuan SPSS versi 23 for Windows diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,973 dengan signifikan 0,000. Nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,944 yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan aplikasi TikTok memiliki pengaruh terhadap perilaku narsisisme sebesar 94,4%. Disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun angkatan 2021.

Dari penelitian didapatkan hasil sebesar 94,4% yang merupakan hasil dari pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo, dari hasil tersebut dapat dijabarkan, bahwa banyak diantara Mahasiswa KPI 2021 yang memenuhi aspek-aspek perilaku narsisisme.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, peneliti memiliki dua kesimpulan yang berkaitan dengan permasalahan yang diajukan dalam bab pendahuluan pada skripsi ini yaitu:

1. Tingkat intensitas menggunakan aplikasi TikTok pada Mahasiswa KPI angkatan tahun 2021 berdasarkan analisis regresi linier sederhana termasuk dalam kategori tinggi, artinya bahwa tingkat menggunakan aplikasi TikTok termasuk sering. Berdasarkan pada hasil nilai regresi sederhana dengan bantuan SPSS versi 23 for Windows diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,973 dengan signifikan 0,000. Nilai koefisien determinan (R²) sebesar 0,944 yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan aplikasi TikTok memiliki pengaruh terhadap perilaku narsisisme sebesar 94,4%. Disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap perilaku narsisisme Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun angkatan 2021.
2. Terdapat pengaruh antara variabel penggunaan aplikasi TikTok dengan variabel perilaku narsisisme. Hal ini sesuai dengan teori *uses and gratification*, bahwa pengguna media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana atau lewat media apa mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Artinya, teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan. Seperti halnya dalam penelitian ini yaitu perilaku narsisme sebagai efek dari penggunaan media aplikasi TikTok.

B. Saran

1. Bagi Media

Saran bagi media, khususnya aplikasi TikTok, diharapkan agar dapat mengurangi fitur-fitur yang kurang baik agar selalu dapat memberikan dampak positif demi menunjang kreativitas dalam membuat video aplikasi TikTok. Selain itu, sebagai media hiburan yang bebas dan mudah diakses oleh siapapun, diharapkan perusahaan TikTok dapat membatasi tren/fyp pada TikTok sehingga pengguna TikTok bisa lebih bijak dalam menggunakan aplikasi TikTok.

2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat khususnya Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo harus lebih selektif dalam memilih video TikTok yang kemudian dijadikan referensi dalam membuat video. Hal ini diharapkan agar para mahasiswa tidak terjerumus ke dalam dampak negatif akibat dari penggunaan aplikasi ini.

3. Kepada Peneliti Lain

Peneliti menyadari bahwasanya penelitian ini memiliki kekurangan dan sangat jauh dari kata sempurna. Tentunya kepada peneliti lain apabila skripsi ini dijadikan referensi, alangkah baiknya untuk membacanya secara teliti terlebih dahulu pada setiap babnya. Hal ini untuk menghindari terjadinya penyimpangan atau kesalahan yang sama, agar tidak terjadi kembali.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Agusty, Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman untuk Skripsi, Tesis disertai Ilmu Manajemen* (Semarang, Universitas Diponegoro, 2006), 26. Semarang: Universitas Diponegoro, 2006.
- Ariefianto, Moch Doddy. *Ekonometrika Esensi Dan Aplikasi Dengan Menggunakan EViews*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Chaplin, J. P. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta Selatan: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Haris, Armeli. "Perilaku Narsisme Dalam Pengguna Media Sosial." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021.
- Humaizi, Dr. "Uses and Gratifications Theory" 128 (2018): 9.
- H.Z, Pieter, dan Lubis N.L. *Pengantar Psikologi Dalam Keperawatan*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Kotler, Philip. *Managemen Pemasaran*. 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2005.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. 4 ed. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Morissan. *Teori Komunikasi*. 1 ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017.
- Prayitno, Duwi. *Belajar Alat Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Ed. 1, cet. 2. Jakarta: Kencana, 2007.
- Ridwan, dan Sunartob. *Pengantar statistika*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2005.

- . Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2010),. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta, 2006.

Tamzeh, Ahmad. Metodologi Penelitian Praktis. Yogyakarta: Teras, 2011.

Sumber Jurnal

- Aprilian, Devri, Yessy Elita, dan Vira Afriyanti. “Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi TikTok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama.” *Onsilia* 2 No.3 (2019).
- Buffardi, Laura E., dan W. Keith Campbell. “Narcissism and Social Networking Web Sites.” *Personality and Social Psychology Bulletin* 34, no. 10 (1 Oktober 2008): 1303–14. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>.
- Campbell, W. Keith, Joshua D. Miller, dan Thomas A Widiger. “Narcissistic Personality Disorder and the DSM–V.” no. *Journal of Abnormal Psychology* (2010).
- Deriyanto, Demmy, dan Fathul Qorib. “Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok.” *Universitas Tribhuwana, Jurusan Ilmu Komunikasi dan FISIP, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7 No.2 (2018): 78.
- Fadzilla Izzati, Ade Irma. “Perilaku Narcissistic Pada Pengguna Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas Serambi Mekkah,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3 No. 2 (2018): 81.
- Nurhalimah, Siti. *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta, 2019.
- Rahmawati, Latief. “Menakar Perilaku Narsisme Di Media Sosial” 6 No. 1 (2017): 3.

Robert Raskin, Robert Raskin. "A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity," *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 No.5 (1988): 1.

Sakinah, Umul, M. Fahli Zatrach, dan Darmawati. "Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri" 2 No.12010 (t.t).
<file:///C:/Users/Aspire/Downloads/10544-29069-1-PB.pdf>.

Sedikides, C. A.P Gregg, dan Rudich E.A. "Are normal narcissists psychologically healthy?" *Journal of Personality and Social Psychology* 87 No.3, no. Self-esteem matters (2004).

Valiana, Lia, Suriana Suriana, dan Sarah Fazilla. "Dampak Penggunaan Aplikasi TikTOK Terhadap Perkembangan Karakter Siswa Kelas VI MIN 1 Aceh Utara" 2 No. 1, no. 2 (21 Desember 2020): 83.

Sumber Skripsi

Rahmawati, Alfiana Yuniar "Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad." Skripsi, Uin Sunan Kalijaga, 2019. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/35207/>.

Fauziah, Assyifa. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (Smkn) 10 Kota Bekasi." Universitas Islam Negeri (Uin) Syarif Hidayatullah Jakarta, t.t.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58103/1/ASSYIFA%20FAUZIAH-FDK.pdf>.

Fitria Heni Sa'adah, Nim 13210064. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Internet Terhadap Interaksi Sosial Pada Siswa Man 3 Sleman." Skripsi, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/29916/>.

Milawati. "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin." UIN Alauddin, 2019.

Noricha Listiyaningrum, Nim 09210066. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Citizen Journalism Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Sunan Kalijaga 2010/2011." Skripsi, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015. <https://doi.org/10/2011>.

Sumber Web

- Andriy, Bast. “How to Create The Next TikTok,” 2016. <https://www.uptech.team/blog/create-app-like-tiktok>.
- Databoxs. “Daftar Negara Pengguna TikTok Durasi Terlama, Indonesia Peringkat Berapa? | Databoks.” Diakses 1 November 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/06/daftar-negara-pengguna-tiktok-durasi-terlama-indonesia-peringkat-berapa>.
- . “TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021.” Diakses 1 November 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021>.
- “Goal Kampus, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo,” t.t. <https://iainponorogo.ac.id/goal-kampus/>.
- Indozone, 14 September 2020 10:08 WIB. “Cewek Minta Tolong Bikin Geger di Tiktok, Ternyata Ini Penyebabnya, Netizen Emosi.” indozone.id, 14 September 2020. <https://www.indozone.id/news/n0svQ3P/cewek-minta-tolong-bikin-geger-di-tiktok-ternyata-ini-penyebabnya-netizen-emosi>.
- Kominfo, PDSI. “Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia.” Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diakses 1 November 2022. http://content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media.
- Kompasiana.com. “Data Digital Indonesia Tahun 2022.” KOMPASIANA, 19 Februari 2022. <https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022>.
- “S1-Komunikasi Dan Penyiaran Islam – PMB IAIN Ponorogo,” t.t. <https://pmb.iainponorogo.ac.id/program-studi/s1-komunikasi-dan-penyiaran-islam/>.
- Times, I. D. N., dan Nena Zakiah. “Ternyata Ini 7 Cara Mudah Viral dan Populer di TikTok.” IDN Times, 2022. <https://www.idntimes.com/tech/trend/vena-zakiah-1/cara-mudah-menjadi-viral-dan-populer-di-tiktok>.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah

Tempat Tanggal Lahir: Madiun, 23 Februari 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Menikah

Bangsa : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Jalan Tlutur, Jingglong, Ponorogo

No. Telp : 088235691316

Email : khoridzatulwahyu23@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

1. 2005 – 2006 : TK Muslimat Al-Istiqomah Mangkujayan

2. 2006 – 2012 : SD Ma'arif Ponorogo

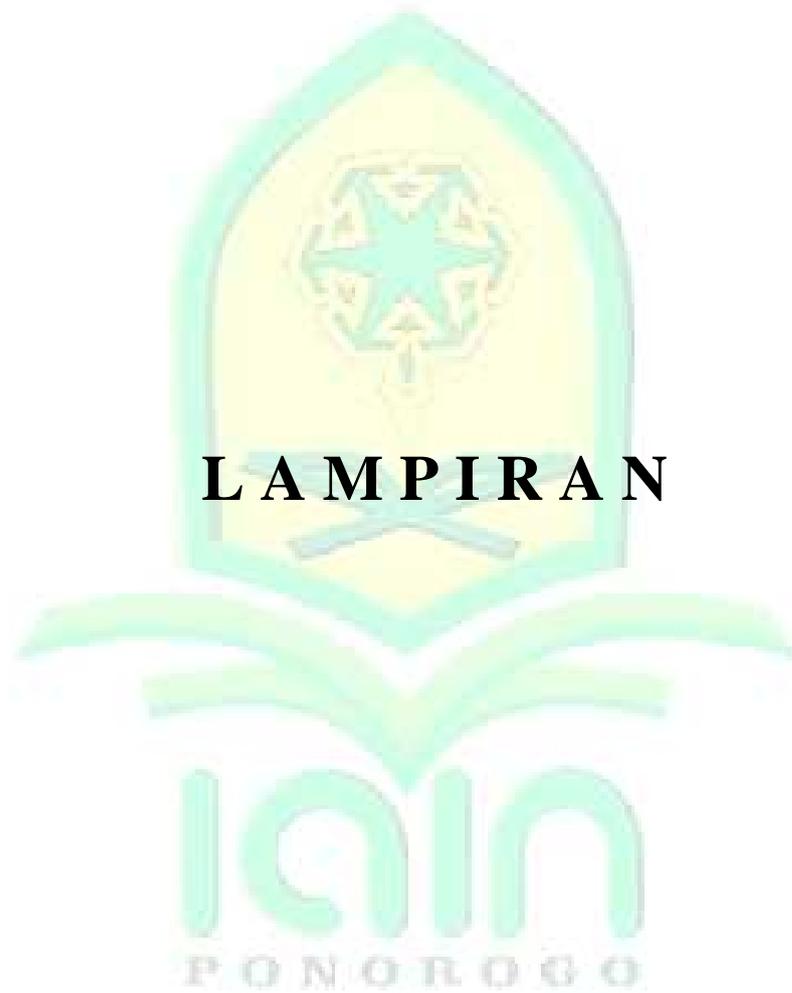
3. 2012 – 2015 : MTs. Darul Huda Mayak Ponorogo

4. 2015 – 2018 : MAN 2 Ponorogo

PENGALAMAN ORGANISASI

1. 2015 – 2018 : Saka Bahari

2. 2019 : Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama'



LAMPIRAN

*Lampiran 1 kuesioner***KUESIONER****PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP
PERILAKU NARSISISME MAHASISWA KPI ANGKATAN TAHUN 2021****IAIN PONOROGO**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi, maka dengan hormat saya:

Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah

Nim : 302180092

Memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), jurusan KPI, Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah. Atas partisipasi saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

BAGIAN 1 : IDENTIFIKASI RESPONDEN

Petunjuk pengisian

- a. Mohon untuk mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya
- b. Berilah tanda ()
 1. Nama :
 2. Nim :

BAGIAN II : KUESIONER

No.	Item pertanyaan penggunaan aplikasi TikTok (X)	STS	TS	RG	S	ST
1.	Saya mengakses media sosial TikTok untuk mendapatkan informasi ter-update					
2.	Saya mengakses media sosial TikTok untuk mencari informasi yang saya butuhkan					
3.	Media sosial TikTok memberikan kemudahan bagi saya dalam berbagi informasi					
4.	Saya mengakses media sosial TikTok untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri melalui penambahan pengetahuan terbaru					
5.	Sebelum saya mengupload video di media sosial TikTok saya memeriksa terlebih dahulu hal yang ingin saya upload agar tidak berdampak negatif					
6.	Mengakses media sosial TikTok membuat saya lupa waktu					
7.	Saya mengakses media sosial TikTok pada saat tertentu saja					
8.	Saya mengetahui kegunaan dari setiap fitur-fitur yang ada di media sosial TikTok					
9.	Saya menggunakan foto profil yang telah saya edit sebelumnya di media sosial TikTok agar menarik di mata orang-orang					
10.	Saya memanfaatkan fitur tagar untuk mengikuti tren yang sedang terjadi					

11.	Saya sering menggunakan Live Video Streaming agar mendapatkan hadiah dari pengguna lain					
12.	Saya mengikuti konten yang sedang tren di TikTok					
13.	Saya memposting video di TikTok setiap hari					
14.	Saya jarang memposting video di TikTok					
15.	Saya sering diajak untuk berkolaborasi membuat konten video di TikTok					
16..	Saya memanfaatkan Hashtag agar video yang dibuat dilihat oleh banyak orang					
17.	Saya sering berinteraksi dengan pengguna TikTok lain					
18.	Dengan media sosial Tik Tok saya dapat menjalin silaturahmi dengan teman, keluarga dan berbagi pengalaman					
19.	Saat memiliki ketertarikan yang sama, saya senang menyebut (mentions) pengguna lain					
20.	Semenjak menggunakan media sosial Tik Tok saya mendapatkan banyak teman baru					
21.	Saya mengikuti (follow) akun-akun yang saya sukai					

No.	Item pertanyaan perilaku narsisisme (Y)	STS	TS	RG	S	ST
1.	Setelah melihat video di TikTok, terkadang saya mengambil					

	keuntungan dari orang lain untuk mencapai tujuan saya					
2..	Setelah melihat <i>fyp</i> di TikTok, saya mencintai diri sendiri secara berlebihan					
3.	Setelah melihat <i>fyp</i> di TikTok, saya tidak akan pernah puas sampai video saya viral.					
4.	Saya merasa video yang saya unggah di TikTok banyak mempengaruhi orang lain.					
5.	Saya merasa mampu menjadi <i>trend setter</i> yang baik di TikTok					
6.	Terkadang saya merasa iri dengan orang lain yang lebih viral di TikTok.					
7.	Setelah melihat video di TikTok, saya menghargai diri sendiri secara berlebihan					
8.	Saya suka membuat video aneh dan menyimpang di TikTok.					
9.	Saya memposting video pribadi di TikTok agar orang lain tahu kehebatan dan kepintaran saya.					
10.	Saya lebih suka menceritakan diri sendiri/curhat di konten video TikTok saya.					
11.	Saya melakukan apapun untuk meningkatkan pesona diri agar menjadi viral di TikTok.					
12.	Ketika orang lain memberi pujian pada konten yang saya buat di TikTok, terkadang saya merasa tersanjung					
13.	Saya merasa orang lain bangga dan senang setelah melihat video TikTok saya					

14.	Saya merasa pintar terhadap konten yang saya buat di TikTok Percaya diri					
15.	Setelah melihat <i>fyp</i> di TikTok, saya bisa tampil menjadi pemimpin yang baik daripada orang lain					
16.	Saya selalu menilai orang lain setelah melihat <i>fyp</i> di TikTok.					
17.	Saya sangat suka menjadi pusat perhatian di media sosial maupun dunia nyata					
18.	Setelah melihat video di TikTok, saya adalah orang yang spesial dan unik					
19.	Setelah melihat video di TikTok, semua orang pasti menyukai saya karena saya orang baik					



Lampiran 2 Data Populasi

No.	NIM	Nama	Tahun Masuk	Prodi	JK	Status	Kelas
1	302210001	AAN FATKU FAUZIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
2	302210002	ADAM FIRMANSYAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
3	302210003	ADDA AZIZI PRAMUDIA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
4	302210004	AHMAD FAJAR IHSANI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
5	302210005	AHMAD FAUZAN AL WAFAA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
6	302210006	AHMAD FUADI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
7	302210007	AHMAD MUSTAKIM FAWAID	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
8	302210008	AHMAD TORIQ PRAKOSO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
9	302210010	AINUN NISA ADAWIYAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
10	302210011	AISYATUL MUBAROKAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
11	302210012	ALBERTA SHINTAZAIN KURNIAWAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
12	302210013	ALFINA PUTERY DAHMAYANTI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
13	302210014	ALIF ALBIAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
14	302210015	ALVIENDRA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
15	302210017	ANGGA FEBRI SETIAWAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	A
16	302210018	ANGGIE NOVITA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
17	302210019	ANIS LAILATUL MUNAWAROH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
18	302210021	ARIFAH ROHMA KHASANAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
19	302210022	AWWALU MUGHNI RIZKIYA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
20	302210023	AYU ANDINI AZIZAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
21	302210024	BINSUY ACHBIBY AFIFAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
22	302210025	BINTI RAHMATUL HASANAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
23	302210026	CHINTIA MARIA NUR FADILLAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
24	302210027	DAVITA DYAH AYU PUSPITASARI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
25	302210028	DHIAH WAHYU MAHFIROH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
26	302210029	DIAN NOVITASARI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	A
27	302210030	DICKY BAGUS WIBOWO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
28	302210031	DIVA ARJUNA NUGRAHA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
29	302210032	ENGGAL TRI NUGROHO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B

30	302210033	ERIKA NOVITA ARYANI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
31	302210034	FADLULLAH 'ADZIM MUBARRAK	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
32	302210035	FAHMA NURUL HAMIDA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
33	302210036	FAHRIZAL DWIKY H	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
34	302210037	FAJAR ARYA NUGRAHA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
35	302210038	FANI WAHYU EKA SAPUTRA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
36	302210039	FATQUL ABRORI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
37	302210040	FEBRIANA PUJI WIDARTI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
38	302210041	FERNANDA PRADITYA PRATAMA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
39	302210042	FIRA NIKAINI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
40	302210043	HABIB HARISMA NIZAR	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
41	302210044	HABIB SYUKRON MUSTA'INI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
42	302210045	HABIBAH ULATIL KHOIRIYAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
43	302210046	HAIDAR BENDUNG PERSADA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
44	302210047	HANIEF ARSYADANY	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
45	302210048	HARUMI AMBAR SARI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
46	302210049	HENIF KHASANAH OKTAFRILIYA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
47	302210050	IDA AYYU BALQIS SUKMA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
48	302210051	ILHAM PUTRI ANDINI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
49	302210052	IRFAN MAULANA ALDY	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
50	302210053	ISNAPUTRI NABILA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
51	302210054	ISWATUN NURHANA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
52	302210055	JAMAL ARI WATHONI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
53	302210056	JOHANA PUTRA BADHARUDIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
54	302210057	KHARIS NUR RIFAI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	B
55	302210058	KHARISMA DEWINTIA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	B
56	302210059	KUSNUL SEPTIANA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
57	302210060	LAILA MUTHO HAROH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
58	302210061	LAILATUL FADHILA HIKMA FAIZA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
59	302210063	LISA FEBRIANTI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
60	302210064	LITA ARISTA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
61	302210065	LULUD LUTHPII HIDAYATUL ISTIQOMAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C

62	302210066	LULUT RUFIANA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
63	302210067	LUTFIA MAILIAWATI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
64	302210068	M FIRMAN SAPUTRA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
65	302210069	M. HULAM MAS RIDHO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
66	302210070	MAHMUDAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
67	302210071	MAULIDA FAJRIYATI FATHIMATUZ ZUHRO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	C
68	302210072	MIFTAHUL HUDA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
69	302210073	MIFTAKHU ALFI SA'IDIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
70	302210074	MOCH RIZAL NUR IKSANTO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
71	302210075	MOCH. AMIRUL IKHSAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
72	302210076	MOH SYAHRUL FATHONI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
73	302210077	MOH. HAKIKI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
74	302210078	MOH.FAJAR WAHYU SAPUTRA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
75	302210079	MOHAMMAD LUTFI ALHADI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
76	302210080	MUHAMAD ARIFIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
77	302210081	MUHAMAD DZIKRI ADLIFULLOH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
78	302210083	MUHAMMAD ALIF KANZUL ARFAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
79	302210084	MUHAMMAD AMIRUL	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
80	302210085	MUHAMMAD FADZKUR ROHIM	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
81	302210086	MUHAMMAD FIKRI AFIFUDDIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
82	302210087	MUHAMMAD HUSAIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	C
83	302210088	MUHAMMAD MIFTAHUL MA'AYIS	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
84	302210089	MUHAMMAD PRABU BARANEO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
85	302210090	MUHAMMAD RAUF SHOBAR SAPUTRA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
86	302210092	MUHAMMAD SAIFUDDIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
87	302210093	MUHAMMAD SYARIF HIDAYATULLAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
88	302210094	MUHAMMAD ZACKY MAULANA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
89	302210095	MUHSIN MUTHOHAR	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
90	302210096	NABILA ANGELICA BERLIANA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
91	302210097	NANDA RIF'ATUZZAQIYA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
92	302210099	NAWAL FAUZIAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
93	302210100	NDAYU FULANDARI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D

94	302210101	NITOSYACH DANI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
95	302210102	NUR ALFI DZAKIROTUL ASYRIFAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
96	302210104	NUR MARIA ULFA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
97	302210106	OKTAVIANUR MUHAMMAD FARKHAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
98	302210107	PAJAR	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
99	302210108	PUPUT KUSUMANINGTIAS	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
100	302210109	PUTRI GESA YANUARIZKI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
101	302210111	PUTRI NURIL LATIFAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
102	302210112	RAHMAT MIFTAKHUS SURUR	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	D
103	302210113	REGIANA YAUMIL RAHMA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
104	302210114	RENI FITRIANI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
105	302210116	RIF'ATUL MAWADAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	D
106	302210117	RIMA ARIFATUL NURROFI'	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
107	302210119	RIVALDI BUDI PRATAMA	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	E
108	302210120	RIYAN AFIF AL-AMIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	E
109	302210121	ROFIQ MUSTAQIM	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	E
110	302210122	SHALSA NIKMATURROHMAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
111	302210123	SHELVILIA SARI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
112	302210125	SILMI HAKIM AL QITAL	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	E
113	302210126	SITI MUDHOLIFAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
114	302210127	SITI NUR AMANAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
115	302210128	SONIA RAHMAYA PUTRI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
116	302210130	TARIZHATUL QOMARIYAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
117	302210132	TSANIYA YASYRIFATUL ISTIQOMAH	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
118	302210133	ULIL ALBAB	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
119	302210136	WAHYU DUANA ATIKA MUKTI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
120	302210138	WAHYU TIDAR YULIYANTI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
121	302210139	WASKITANINGTYAS DWI AJENG NASTITI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
122	302210140	WINDA PEBRIANDARI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
123	302210141	YAZID AMIRUL HAMDANI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	E
124	302210142	YUSUF FIRNANDI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	E
125	302210143	YUYUN JULIAANASIN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E

126	302210144	ZACKY PANDU SETIAWAN	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	L	AKTIF	E
127	302210145	ZAHRA AYUNI SUNARYO	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E
128	302210146	ZAHROVI MAHDYANITA LAZZARANI	2021	Komunikasi dan Penyiaran Islam	P	AKTIF	E



Lampiran 3

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 4


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Alamat: Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo 63492
 Website: <http://fuad.iainponorogo.ac.id> E-mail: fuad@iainponorogo.ac.id

Nomor : B-12/W/In.32.4/HM.01/09/2022 Ponorogo, 05 September 2022
 Lampiran : 1 Eks. Proposal Skripsi
 Perihal : Permohonan Membimbing Skripsi

Yth.
Asna Istya Marwantika M.Kom. I
 Di
 Tempat

Assalamu 'alaikum, W. B.

Dengan ini kami mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing pada proses penulisan Skripsi mahasiswa:

NIM : 302180092
 Nama : Khoridzatul Wahyu Faizah
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
 Judul : PENGARUH APLIKASI TIK TOK TERHADAP PERILAKU NARSISISME MAHASISWA KPI 2021 IAIN PONOROGO
 Keterangan : Tugas Bapak/Ibu Sebagai Pembimbing Materi, Metodologi dan Penulisan

Demikian surat ini disampaikan agar dilaksanakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum, W. B.

a.n. Dekan,
 Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


Kayyid Hilari Ajburi, M.A.
 NIP. 198306072015031004

Lampiran 5


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Alamat: Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo 63492
 Website: <http://fuad.iainponorogo.ac.id> E-mail: fuad@iainponorogo.ac.id

Nomor : B-1049/In.32.4/HM.01/03/2022 Ponorogo, 03 September 2022
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian Individual

Yth.
Kepala Jurusan KPI
 Di
 Tempat

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Khorizatul Wahyu Faizah
 NIM : 302180092
 Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2022/2023
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Sedang dalam proses menyelesaikan studi / penulisan skripsi dengan judul "**Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Narsisisme Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo**" dan perlu mengadakan penelitian secara individual pada Mahasiswa KPI Angkatan 2021.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon dengan hormat kiranya Saudara berkenan memberikan izin dan petunjuk-petunjuk/pengarahan guna kepentingan dimaksud.

Demikian permohonan ini kami sampaikan dan atas perkenannya disampaiakan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan,
 Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran
 Islam


Kayyid Firdi Ajhuri, M.A.
 NIP. 194006072015031004

