

## Adiksi Penggunaan *Instagram* dan Kecenderungan Narsisistik pada Siswa SMA X Jakarta

Cita Utami<sup>1</sup>, Prahastia Kurnia Putri<sup>2\*</sup>

Universitas Mercu Buana

e-mail: <sup>1</sup>[citautamii@gmail.com](mailto:citautamii@gmail.com), <sup>2</sup>[prahastia.kurnia@mercubuana.ac.id](mailto:prahastia.kurnia@mercubuana.ac.id)

\*Corresponding author

**Abstract.** Instagram is a social media platform with a high number of teenage users. A number of features on Instagram allow users to upload their photos and get appreciation in the form of likes. This feature can foster an interesting perception of the self and is related to narcissistic, that is, the feeling of love for oneself. This research was conducted to determine the relationship between Instagram Addiction and Narcissistic Tendencies. The research used the quantitative method with an accidental sampling technique and 229 respondents. The measuring for Instagram Addiction used a modified of the BFAS (Bergen Facebook Addiction Scale) which consists of 18 items, while Narcissistic Tendency used an adaptation of the NPI-40 (Narcissistic Personality Inventory) which consists of 40 items. This study used Pearson correlation analysis to see the relationship between Instagram addiction as the dependent variable and narcissistic tendency as an independent variable. The results of the research get the value of the coefficient of 0.168 with a significance value of 0.011 or  $r = 0.168$  and  $p < 0.05$  which can be stated is there a positive relationship between Instagram Addiction and Narcissistic Tendency, the higher the level of addiction in using Instagram, the higher a person's narcissistic tendency.

**keywords:** *Narcissistic, Addiction, Instagram*

**Abstrak.** Instagram merupakan platform sosial media dengan jumlah pengguna remaja yang tinggi. Sejumlah fitur di Instagram membuat pengguna dapat mengunggah fotonya dan mendapatkan apresiasi berupa *likes*. Fitur tersebut dapat menumbuhkan persepsi menarik pada diri dan berkaitan dengan narsisistik, yaitu perasaan cinta pada diri sendiri. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hubungan antara Adiksi Penggunaan Instagram dengan Kecenderungan Narsisistik pada siswa SMA X Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik sampling accidental dan total responden sebanyak 229 siswa. Alat ukur untuk Adiksi Penggunaan Instagram menggunakan modifikasi dari BFAS (*Bergen Facebook Addiction Scale*) yang terdiri dari 18 item, sedangkan Kecenderungan Narsisistik menggunakan adaptasi dari NPI-40 (*Narcissistic Personality Inventory*) yang terdiri dari 40 item. Pada penelitian ini menggunakan analisa korelasi *pearson* untuk melihat hubungan antara Adiksi Penggunaan Instagram sebagai variabel dependen dan Kecenderungan Narsisistik sebagai variabel independen. Hasil penelitian didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,168 dengan nilai signifikansi 0,011 atau  $r = 0,168$  dan  $p < 0,05$  yang dapat dinyatakan bahwa ada hubungan positif antara adiksi penggunaan *Instagram* dengan kecenderungan narsisistik, semakin tinggi tingkat adiksi dalam menggunakan Instagram, semakin tinggi kecenderungan narsisistik seseorang.

**Kata Kunci:** *Narsisistik, Adiksi Penggunaan Instagram*

---

Unggah:	Revisi:	Diterima:
17-02-2021	29-03-2021	25-04-2021

---

## Pendahuluan

Perkembangan yang pesat dalam dunia teknologi informasi dimulai pada tahun 1994 khususnya di Indonesia, yang diikuti dengan berbagai macam perkembangan teknologi yang lain seperti internet. Para pengguna internet tidak mengenal usia, seluruh lapisan masyarakat dari berbagai macam negara bisa mengakses internet. Dilansir dari halaman web Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2014), mencatat pengguna internet di Indonesia yang berasal dari kalangan anak-anak dan remaja diprediksi mencapai 30 juta. Penelitian yang dilakukan lembaga PBB untuk anak-anak, UNICEF, bersama para mitra, termasuk Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Universitas Harvard, AS, ini menelusuri aktivitas *online* dari sampel anak dan remaja yang melibatkan 400 responden berusia 10 sampai 19 tahun di seluruh Indonesia dan mewakili wilayah perkotaan dan pedesaan. Sebanyak 98% dari anak dan remaja mengaku tahu tentang internet dan 79,5% di antaranya adalah pengguna internet. Pencarian informasi yang dilakukan sering didorong oleh tugas-tugas sekolah, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan didorong oleh kebutuhan pribadi.

Salah satu sekolah yang memanfaatkan internet dan menggunakan media sosial adalah SMA X Jakarta. SMA X Jakarta juga dikenal sebagai sekolah unggulan dengan memiliki alumni dan siswa yang bekerja sebagai artis, di mana para siswa memiliki paras yang cantik dan tampan dan juga memiliki ponsel yang *high-tech* dan mengikuti zaman.

Para remaja ini memiliki lebih dari satu aplikasi yang terpasang pada ponsel pribadinya, hal tersebut sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan pada siswa SMA X Jakarta yang memiliki lebih dari satu aplikasi sosial media yang terpasang pada ponselnya. Salah satu aplikasi yang terpasang pada ponsel para remaja saat ini adalah Instagram. Aplikasi Instagram saat ini memang sangat populer di kalangan remaja, hal tersebut juga didukung oleh survei Ekosistem DNA (Device, Network & Application) dan Awareness yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL) dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan Instagram digunakan oleh 82,6% responden. Sementara itu Facebook di posisi kedua. Survei ini dilakukan pada 20 Oktober hingga 20 November 2016. Kuesioner diberikan kepada 1.020 orang responden yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Responden yang menjadi target adalah usia 19-36 tahun sebanyak 82%, usia kurang dari 19 tahun sebesar 15%, dan di atas 37 tahun sebanyak 3%.

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengambil video dan dapat menyunting foto atau video yang akan mereka bagikan kepada teman atau pengikutnya. Instagram memiliki berbagai fitur dan salah satu fitur lain yang dimiliki Instagram yaitu tanda 'likes' atau 'suka' yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri.

Pemberian tanda 'likes' pada suatu unggahan di Instagram membuat penggunanya menjadi merasa senang dan menganggap bahwa dirinya penting. Serta pemberian tanda "likes" yang banyak pada suatu unggahan di Instagram dapat membuat penggunanya sering mengunggah dan memeriksa terus-menerus aplikasi Instagram hingga menghabiskan waktu sehingga membuat penggunanya menjadi kecanduan. Di Indonesia durasi pemakaian ponsel dengan aktivitas bermain sosial media tergolong cukup panjang, Indonesia menempati peringkat ke-tiga di dunia dalam durasi menggunakan sosial media.

Tabel 1.

Waktu yang di Habiskan di Sosial Media

No	Negara	Jumah Waktu
1	Filipina	3 jam 57 menit
2	Brazil	3 jam 39 menit
3	Indonesia	3 jam 23 menit
4	Thailand	3 jam 10 menit
5	Argentina	3 jam 09 menit
6	Egypt	3 jam 09 menit
7	Mexico	3 jam 07 menit
8	Nigeria	3 jam 02 menit
9	Malaysia	3 jam 00 menit
10	Uni Emirat Arab	2 jam 56 menit

Sumber : Digital in 2018 *World's internet users pass the 4 billion mark*

Data di atas menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang menghabiskan waktu untuk bermain sosial media cukup panjang. Durasi penggunaan yang tidak sebentar membuat para penggunanya mendapatkan dampak negatif kepada individu tersebut bahkan dapat mengganggu kehidupannya. Menurut Khairuni (2015), jika

media sosial digunakan dengan tidak bijak maka akan berdampak negatif.

Berdasarkan pendapat Andreassen, C. S., et al. (2012) (Brown, 1993; Griffiths, 1996, 2005), penggunaan media sosial yang bermasalah dapat ditentukan oleh berbagai gejala kecanduan termasuk: *mood modification* (penggunaan media sosial yang berlebihan untuk perubahan mood), *salience* (kesibukan dengan penggunaan media sosial), *tolerance* (peningkatan jumlah waktu menggunakan media sosial), *withdrawal* (perasaan negatif dan gejala psikologis seperti mudah marah ketika penggunaan media sosial dibatasi), *conflict* (masalah interpersonal sebagai akibat langsung dari penggunaan media sosial), dan *relapse* (kembali ke penggunaan media sosial yang berlebihan setelah berhenti).

Dilansir dari laman web CNN Indonesia dapat diketahui bahwa berdasarkan survei yang dilakukan oleh LendEDU tahun 2014, yang melibatkan 10.000 orang partisipan generasi millennial mengemukakan bahwa dua pertiga partisipan juga mengakui bahwa mereka memberi jempol sebuah unggahan dan video sebagai balasan dari orang yang sebelumnya memberi 'likes' juga di unggahan mereka. Total 78 % mengatakan mereka atau orang lain yang mereka kenal menghapus unggahan begitu tidak mendapat banyak 'likes'. Temuan ini membuktikan bahwa mayoritas pengguna media sosial tidak sepenuhnya bermaksud membagi pengalaman mereka dengan orang lain, melainkan ingin mendapatkan banyak 'likes'. Serta survei tersebut menemukan bahwa ada 64 % partisipan meyakini bahwa Instagram merupakan *platform* yang dapat menunjukkan kecenderungan narsisisme seseorang

Menurut Engkus (2017) perilaku narsisistik biasanya terobsesi untuk dapat memuaskan hasrat dalam kekayaan, kekuatan, dan kecantikan atau ketampanan yang ada pada diri remaja. Kecenderungan narsisistik tersebut dapat memberikan dampak negatif terhadap individu yang mengalaminya. Dampak dari kecenderungan narsisisme pada seseorang dapat menimbulkan masalah dalam kehidupan mereka. Menurut Santi (2017) narsisisme biasa dilakukan untuk menarik perhatian karena mengalami hambatan dalam kesehatan dan hubungan jangka panjang. Oleh sebab itu, kecenderungan narsisistik merupakan hal yang penting dalam kepribadian individu karena dapat mempengaruhi perilaku.

Perilaku remaja yang kerap mengunggah foto mengenai aktivitas pribadinya ataupun kegiatannya sehari-hari merupakan salah satu tanda pengguna sosial media yang memiliki kecenderungan narsisistik. Dilansir dari Setyorini (2014) dalam Merdeka.com yang

mengemukakan hasil survei yang dilakukan oleh *First Direct* bahwa terdapat 8 tipe kepribadian pengguna sosial media seperti *Facebook*, *twitter* ataupun *Instagram*. Kedelapan kepribadian tersebut adalah, pengguna pasif, pengguna pengintai, *Deniers*, *Ultras*, pengguna yang hanya mengeluh, pengguna yang tertutup, pengguna yang menyebarkan berita saja serta pengguna yang Narsis. Narsisisme atau dalam lingkungan sosial lebih dikenal dengan narsis yaitu merupakan pengguna media sosial yang senang mengunggah foto-foto aktivitas pribadi. Foto makanan, minuman, foto saat liburan ataupun foto wajah dan penampilannya. Oleh sebab itu seseorang yang gemar untuk mengunggah aktivitas sehari-harinya memiliki kecenderungan narsisistik.

Menurut Kartono (dalam Apsari, 2012) Narsisisme adalah sebuah rasa cinta yang ekstrim yang mengharapkan dirinya sendiri sebagai individu yang sangat penting, paling pandai, paling hebat, paling bagus dan lain sebagainya dan kurang memperdulikan lingkungan di luar dirinya atau dapat dikatakan juga memiliki egois yang tinggi. Pada penelitian yang dilakukan Buffardi dan Campbell (2008) menyatakan bahwa narsisisme berkaitan dengan pandangan yang positif dan memiliki tinggat yang tinggi pada aspek-aspek tertentu seperti kecerdasan, kekuatan dan daya tarik fisik.

Berdasarkan Engkus (2017) individu yang membutuhkan penghargaan akan menuntut lingkungan untuk dapat mengakui dirinya sebagai individu yang unik dan superior. Individu dengan kecenderungan narsisistik biasanya lebih banyak menunjukkan identitas diri kepada orang lain guna mendapatkan pengakuan dan kekaguman dari orang lain. Perilaku narsisisme di kalangan remaja cenderung dilakukan sebagai aktualisasi diri tentang eksistensi diri agar dilihat orang lain. Kecenderungan untuk dilihat orang-orang lain tersebut biasanya dipublikasikan melalui media sosial.

Mengingat maraknya fenomena ini serta minimnya kajian mengenai adiksi Instagram dan kecenderungan narsisistik, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk melihat keterkaitan antara adiksi Instagram dan kecenderungan narsisistik di kalangan remaja.

### **Metode**

Penelitian ini dilakukan terhadap 229 orang responden yang merupakan siswa SMA X Jakarta yang memiliki Instagram. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengukuran Adiksi Penggunaan Instagram dilakukan menggunakan 18 item *Bergen Facebook Addiction Scale* yang dikembangkan oleh Andreassen & Pallesen (2012) yang kemudian peneliti melakukan modifikasi pada alat ukur tersebut dengan menggunakan kata

“Instagram” untuk menggantikan kata “Facebook” pada setiap butir item. Sedangkan pengukuran Kecenderungan Narsisistik dilakukan menggunakan 40 item *Narcissistic Personality Inventory* (NPI-40) yang dikembangkan oleh Raskin & Terry (1988).

Kedua alat ukur ini telah melakukan uji validitas menggunakan 2 orang *expert judgement* yang ahli di bidang psikologi dan memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidangnya. Alat ukur ini juga telah lulus uji reliabilitas dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisa statistik deskriptif, Uji Normalitas, Uji Korelasi Pearson, Uji Korelasi Dimensi, dan Uji Beda (ANOVA dan t-Test).

## Hasil

### *Hasil Deskriptif*

Terdapat 229 orang siswa yang berpartisipasi di dalam penelitian ini. Terdiri dari 98 siswa berjenis kelamin laki-laki, dan 131 siswi perempuan. Dari 229 siswa terdapat 3,90% siswa menggunakan Instagram kurang dari 1 tahun, 12,2% siswa menggunakan Instagram selama 1-2 tahun, 20,1% siswa menggunakan Instagram selama 2- 3 tahun, dan 63,8% siswa menggunakan Instagram selama lebih dari 3 tahun.

Berdasarkan hasil analisa deskriptif yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa tingkat kecenderungan narsisistik pada siswa SMA X Jakarta dalam kategori sedang dengan masing-masing nilai 54,08% untuk siswa berjenis kelamin laki-laki dan 51,15% untuk siswi berjenis kelamin perempuan. Begitu pula dengan tingkat adiksi penggunaan Instagram pada siswa SMA X Jakarta yang termasuk dalam kategori sedang dengan masing-masing nilai sebesar 45,92% untuk siswa laki-laki dan 48,09% untuk siswi berjenis kelamin perempuan. Sedangkan pada lama menggunakan Instagram pada kecenderungan narsisistik dapat diketahui bahwa siswa SMA X Jakarta berada pada tingkat kategori sedang dengan kriteria 2-3 tahun.

### *Korelasi antara adiksi Instagram dan Kecenderungan Narsisistik*

Hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik uji korelasi pearson, yang menunjukkan hasil nilai  $r = .168$  dengan nilai signifikansi  $p = .011$  maka dapat dinyatakan adanya korelasi positif dan signifikan. Pada penelitian ini  $H_a$  diterima, artinya ada hubungan antara adiksi pengguna Instagram dengan kecenderungan narsisistik pada siswa SMA X Jakarta. Korelasi yang positif dapat diartikan jika semakin besar skor pada kecenderungan narsisistik maka tingkat adiksi penggunaan Instagram juga akan semakin

tinggi.

Pada penelitian ini juga dilakukan uji korelasi tambahan yaitu uji korelasi per dimensi, untuk mengetahui lebih lanjut hubungan dari adiksi penggunaan Instagram dengan kecenderungan narsisistik. Dimensi kecenderungan narsisistik yang berkorelasi dengan dimensi adiksi penggunaan Instagram yaitu dimensi *withdrawal*.  $r$  antara *exhibitionism* dengan *withdrawal* sebesar .221 dengan  $p = .001$ , sehingga *exhibitionism* berkorelasi positif dengan *withdrawal*. Artinya jika perilaku *exhibitionism* meningkat, maka perilaku *withdrawal* meningkat dan begitu juga sebaliknya. Dapat dikatakan jika perilaku siswa SMA X Jakarta yang senang mengunggah foto yang menampilkan dirinya ditentang atau mendapat larangan untuk menggunakan Instagram, maka ia akan menolak.

Selain itu hasil dari uji beda ditemukan bahwa tidak ada perbedaan skor kecenderungan narsisistik pada siswa laki-laki ataupun perempuan. Sama halnya dengan variabel adiksi penggunaan Instagram, tidak ada perbedaan skor antara siswa laki-laki dan perempuan SMA X Jakarta.

### **Diskusi**

Adanya hubungan antara kecenderungan narsisistik dan adiksi *Instagram*, dikarenakan individu yang memiliki kecenderungan narsisistik ingin menunjukkan fisik dan penampilannya di aplikasi sosial Instagram sehingga frekuensi pemakaian aplikasi Instagram semakin sering. Di sisi lain, korelasi antara kedua variabel bersifat lemah. Hal ini kemungkinan disebabkan adanya faktor lain yang membentuk perilaku adiksi Instagram, bukan hanya berhubungan dengan perilaku narsisistik. Misalkan dalam penelitian Hawi and Samaha (2017) menemukan bahwa adiksi sosial media berhubungan dengan rendahnya *self-esteem*. Tak hanya itu, semakin tinggi tingkat kesepian juga dapat meningkatkan interaksi sosial media (Yang, 2016).

### **Kesimpulan**

Dinyatakan bahwa terdapat hubungan antara Adiksi Penggunaan Instagram dengan Kecenderungan Narstik pada siswa SMA X Jakarta dengan tingkat rendah. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa korelasi yang diteliti merupakan korelasi positif, yang artinya jika skor perilaku kecenderungan narsisistik tinggi maka semakin tinggi skor adiksi penggunaan Instagram.

Hasil kesimpulan tersebut diperkuat kembali dengan dilakukannya korelasi per dimensi. Meski tidak semua dimensi memiliki korelasi namun peneliti menemukan bahwa

*exhibitionism* berkorelasi dengan *withdrawal*.

### Saran

Pada penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan (1.) Menentukan teknik pengambilan sampel penelitian yang tepat sehingga sampel penelitian dapat mewakili keseluruhan populasi. (2) Melakukan penelitian tidak hanya di satu sekolah, mengingat saat ini Sekolah Menengah Atas juga mengalami perubahan yang serupa mengikuti era globalisasi (3) Menambahkan variabel lain sebagai mediator ataupun variabel independent untuk memperkaya hasil temuan.

### Daftar Pustaka

- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports, 110*, 501–517.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors, 30*(2), 252-262
- Apsari, F. (2012). Hubungan antara kecenderungan narsisisme dengan minat membeli kosmetik asing pada pria metroseksual. *Talenta Psikologi, 1*(2), 183-202
- Buffardi, L. E., Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34*, 1304-1314
- Campbell, W.K. & Miller, J.D. (2011). *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder: Theoretical Approaches, Empirical Finding and Treatments*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Engkus., Hikmat., Saminnurahmat, K. (2017). *Perilaku Narsisistik Pada Sosial Media di Kalangan Remaja dan Upaya Menanggulangnya*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. Vol. 02 No. 02
- Griffiths, M. (2005). A Components Model of Addiction Within a Biopsychosocial Framework. *Journal of Substance Use, 10*(4): 191–197
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review, 35*(5), 576-586.
- Ini Tanda-Tanda Anda Narsis Di Media Sosial*. (2016). *Liputan6*. Retrive from <https://www.liputan6.com/tekno/read/2456626/ini-tanda-tanda-anda-narsis-di-media-sosial>
- Kemp, S. (2018, January 30). *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark. We are social*. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Kominfo dan UNICEF (2014). *Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Retrieved from [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers)
- Press Release: Survey Ekosistem DNA (Device, Network & Application) MASTEL & APJII.



- (2017). *Mastel*. Retrive from <http://mastel.id/press-release-survey-ekosistem-dna-device-network-application-mastel-apjii/>
- Rahman, I. (2017). *Survei: Instagram Media Sosial Paling Narsis*. CNN Indonesia. Retrive from <https://www.cnnindonesia.com/>
- Raskin, R., Terry, H. (1988). A Principal-Component Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further evidence of Its Construct Validity. *Journal of personality and Social Psychology*. Vol. 54, No. 5, Hal 890-902
- Raskin, R.N., & Hall, C.S. (1981). The narcissistic personality inventory: Alternative form reliability and further evidence of construct validity. *Journal of Personality Assessment*, 45, 159-16.
- Santi, N. N (2017). Dampak Kecenderungan Narsisisme Terhadap Sef-Esteem Pada Pengguna Facebook Mahasiswa PGSD UNP. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*. Vol.5, No.1
- Setyorini, Tantri. (2014). *8 Tipe Pengguna Sosmed, Dari Yang Pasif Sampai Yang Narsis*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/gaya/8-tipe-pengguna-sosmed-dari-yang-pasif-sampai-yang-narsis.html>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widiartanto, Y., H. (2015, October 21). *Remaja Pilih Mana, Facebook atau Instagram?*. Retrived from <https://tekno.kompas.com/>
- Yang, C.-c. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703-708