

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Remaja Madya

1. Pengertian Remaja Madya

Santrock (2012) menjelaskan bahwa masa remaja merupakan periode transisi antara masa kanak-kanak dan kedewasaan yang ditandai oleh perubahan signifikan dalam berbagai aspek perkembangan, meliputi dimensi biologis, kognitif, psikososial, serta sosial-emosional. Pandangan tersebut sejalan dengan Branje dkk. (2021) yang memandang masa remaja sebagai tahap perkembangan psikologis yang memiliki potensi besar, namun juga disertai tingkat kerentanan yang tinggi, sehingga kerap dipahami sebagai fase pencarian identitas diri. Pada tahap ini, individu tidak lagi sepenuhnya berada dalam kategori anak-anak, tetapi juga belum mencapai kematangan sebagai orang dewasa.

Kozier dkk. (2010) mendefinisikan masa remaja sebagai tahap perkembangan yang ditandai oleh kematangan fisik dan psikologis serta mulai terbentuknya identitas personal, yang berlangsung dalam rentang usia 12 hingga 20 tahun. Selanjutnya, Hurlock (1980) mengklasifikasikan masa remaja ke dalam tiga tahap perkembangan, yaitu remaja awal (11–13 tahun), remaja madya (14–16 tahun), dan remaja akhir (17–20 tahun). Pembagian tersebut menunjukkan bahwa perkembangan remaja berlangsung secara bertahap, di mana setiap tahap memiliki karakteristik dan tantangan perkembangan yang berbeda.

Remaja madya merupakan salah satu tahap perkembangan dalam masa remaja yang memiliki karakteristik perkembangan yang khas (Wulandari, 2014). Menurut

Hurlock (1980), fase ini ditandai dengan meningkatnya intensitas emosi, kuatnya pengaruh kelompok sebaya, serta mulai berkembangnya minat terhadap lawan jenis. Sejalan dengan pandangan tersebut, Santrock (2012) menyatakan bahwa pada masa remaja madya, individu mengalami proses eksplorasi identitas yang semakin intens, disertai dengan meningkatnya sensitivitas terhadap penilaian sosial dan fluktuasi emosi yang relatif tinggi.

Erikson (1968) menyatakan bahwa masa remaja berada pada tahap *identity versus role confusion*, yaitu fase perkembangan yang ditandai oleh Upaya individu dalam membentuk identitas diri yang konsisten dan terintegrasi. Pada tahap ini, remaja dihadapkan pada tugas perkembangan untuk mengeksplorasi nilai, peran sosial, serta tujuan hidup sebagai dasar dalam menjawab pertanyaan mengenai jati diri. Keberhasilan dalam menyelesaikan tahap ini akan menghasilkan *ego identity* yang kuat, sedangkan kegagalan akan memunculkan *role confusion*, yaitu kondisi di mana individu mengalami kebingungan terhadap peran dan arah hidupnya.

Berdasarkan uraian tersebut, remaja madya merupakan tahap perkembangan remaja yang ditandai oleh meningkatnya intensitas emosi, kuatnya pengaruh kelompok sebaya, berkembangnya ketertarikan terhadap lawan jenis, serta proses eksplorasi identitas diri yang semakin intens disertai sensitivitas terhadap penilaian sosial.

2. Perilaku Remaja Madya dalam Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Nurhayati (2016), perilaku remaja merupakan salah satu aspek penting dalam kajian perkembangan. Karena pada fase ini, individu mengalami berbagai perubahan yang memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan berinteraksi

dengan lingkungan sosial. Di antara tahapan perkembangan remaja, remaja madya berada pada posisi yang relatif lebih rentan terhadap berbagai pengaruh lingkungan, seperti tekanan teman sebaya, tuntutan akademik yang meningkat, serta paparan media sosial, yang berperan dalam pembentukan kepribadian dan perilaku sosial (Siswanto, 2024).

Kerentanan remaja madya terhadap pengaruh lingkungan tidak hanya tampak dalam interaksi sosial secara langsung, tetapi juga semakin tercermin dalam perilaku mereka di ruang digital seiring dengan perkembangan media sosial. Sarni dkk. (2025) menjelaskan bahwa media sosial menjadi salah satu faktor lingkungan yang kuat dalam memengaruhi perilaku remaja, terutama pada fase remaja madya. Sejalan dengan hal tersebut, Nurmansyah (2024) mengemukakan bahwa media sosial kerap dimanfaatkan oleh remaja sebagai sarana untuk menampilkan citra diri, menjalin interaksi dengan teman sebaya, serta mengikuti trend yang berkembang dalam lingkungan sosialnya.

Tingginya intensitas penggunaan internet dan media sosial menjadikan platform digital sebagai salah satu lingkungan utama yang memengaruhi pengalaman dan perilaku remaja madya (Sapriadi, 2024). Dalam konteks tersebut, TikTok muncul sebagai salah satu platform yang banyak dimanfaatkan oleh remaja madya sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, menyalurkan kreativitas, serta membangun interaksi sosial (Santoso, 2024).

Fenomena tersebut diperkuat oleh data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada semester pertama 2025 yang menunjukkan bahwa 80,66% atau sekitar 229,4 juta penduduk Indonesia telah terkoneksi dengan internet, dengan

remaja di bawah 18 tahun sebagai kelompok pengguna terbesar sebesar 48%. Media sosial menjadi aktivitas daring yang paling dominan pada kelompok ini, dengan TikTok sebagai salah satu platform yang paling banyak digunakan (Sihombing, 2025).

Kondisi tersebut selaras dengan temuan Wahyuni (2024) yang menjelaskan bahwa dominasi remaja sebagai pengguna TikTok berkaitan dengan kebutuhan akan validasi sosial serta proses pencarian identitas diri yang masih berlangsung pada tahap perkembangan ini. Sejalan dengan hal tersebut, Asgher dkk. (2022) menyatakan bahwa kecenderungan untuk menonjolkan diri, menampilkan citra ideal, serta mengharapkan umpan balik positif dari audiens dapat menjadi pemicu munculnya perilaku narsisme.

B. Perilaku Narsisme

1. Pengertian Perilaku Narsisme

Nevid dkk. (2005) menjelaskan bahwa narsisme merupakan kecenderungan individu untuk menilai dirinya secara berlebihan yang disertai kebutuhan akan pengakuan dan pujian dari orang lain, sehingga tercermin dalam perilaku menonjolkan diri, perasaan superior, serta upaya menampilkan keunggulan personal dalam interaksi sosial. Raskin dan Terry (1988) mendefinisikan narsisme sebagai karakteristik kepribadian yang mencerminkan perasaan superioritas, grandiositas, kebutuhan akan perhatian dan kekaguman, serta kecenderungan untuk berfokus pada diri sendiri. Sedikides dan Gregg (2008) menyatakan bahwa narsisme adalah orientasi kepribadian yang berfokus pada peningkatan dan

perlindungan harga diri melalui perasaan superioritas, kebutuhan akan kekaguman, serta kecenderungan untuk menilai diri secara lebih positif dibandingkan orang lain.

Oltmanns dkk. (2004) mengemukakan bahwa narsisme merupakan pola kepribadian yang ditandai oleh grandiositas, yaitu kecenderungan individu memiliki rasa kepentingan diri yang berlebihan, kebutuhan yang tinggi akan kekaguman, serta pandangan diri yang terlalu membesar sehingga menganggap dirinya lebih penting dibandingkan orang lain. Menurut Kartono (1996) menyatakan bahwa narsisme adalah kondisi psikologis yang ditandai oleh tingginya kebutuhan akan pengakuan dan pujian dari orang lain, disertai dengan perasaan superioritas serta penilaian diri yang berlebihan terhadap diri sendiri.

Dari penjelasan di atas, perilaku narsisme dapat dimaknai sebagai kecenderungan individu untuk memiliki penilaian diri yang berlebihan, disertai kebutuhan yang tinggi akan pengakuan, pujian, dan kekaguman dari orang lain, yang tercermin dalam perilaku menonjolkan diri, perasaan superior, serta pandangan diri yang terlalu membesar dalam interaksi sosial.

2. Karakteristik Perilaku Narsisme

Kohut (1971) menguraikan karakteristik individu narsistik, seperti:

- a) Grandiositas
- b) Kebutuhan akan pujian
- c) Harga diri yang rapuh, serta
- d) Sensitivitas terhadap kritik, yang berakar pada cara individu membangun dan mempertahankan nilai dirinya.

Sehingga, dinamika narsisme tidak hanya tercermin pada perilaku yang tampak, tetapi juga pada proses evaluasi diri dan stabilitas harga diri yang mendasarinya.

Selanjutnya, Kriteria kepribadian narsisme menurut DSM-V (2013) meliputi:

- 1) Memiliki kebutuhan yang tinggi untuk memperoleh perhatian dan pengakuan dari orang lain.
- 2) Menunjukkan keterbatasan empati terhadap perasaan dan kebutuhan orang lain.
- 3) Cenderung mementingkan diri sendiri serta melebih-lebihkan kemampuan dan prestasi yang dimiliki.
- 4) Memiliki fantasi berlebihan mengenai kesuksesan, kekuasaan, kecerdasan, atau daya tarik diri yang bersifat tidak realistis.
- 5) Memandang diri sebagai individu yang istimewa dan hanya bersedia bergaul dengan orang-orang yang dianggap setara atau berstatus tinggi.
- 6) Membutuhkan pujian dan kekaguman secara berlebihan sebagai penguat citra diri.
- 7) Bersikap egois dan memanfaatkan hubungan sosial untuk memenuhi kepentingan pribadi.
- 8) Menunjukkan rasa iri terhadap keberhasilan orang lain serta meyakini bahwa orang lain juga iri terhadap dirinya.
- 9) Menampilkan sikap arogan, sombong, dan cenderung merendahkan orang lain.

Dari penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa karakteristik perilaku narsisme mencakup kecenderungan individu untuk menilai diri secara berlebihan, memiliki kebutuhan tinggi akan perhatian dan pujian, menunjukkan rasa

superioritas, keterbatasan empati, serta sensitivitas terhadap kritik, yang berakar pada proses evaluasi diri dan upaya mempertahankan stabilitas harga diri, serta tercermin dalam perilaku menonjolkan diri, memanfaatkan hubungan sosial, dan sikap arogan dalam interaksi sosial.

3. Faktor-faktor Perilaku Narsisme

Adapun beberapa faktor narsisme menurut Sedikides dkk. (2004) diantaranya:

a) Harga Diri (*Self-esteem*)

Harga diri individu ini tidak stabil dan sangat tergantung pada interaksi sosial. Ketergantungan pada pengakuan membuat rasa percaya diri mereka gampang naik-turun dan terkadang menimbulkan kecemasan atau rasa tidak aman.

b) Depresi (*Depression*)

Depresi muncul sebagai pikiran negatif terhadap diri sendiri, masa depan, dan lingkungan sekitar. Individu yang mengalami depresi sering merasa bersalah, kurang percaya diri, dan tergantung pada perhatian orang lain. Jika perhatian itu tidak diperoleh, mereka bisa menyalahkan orang lain atau merasa putus asa, serta membuat emosi positif sulit dirasakan, sehingga kebahagiaan menjadi tidak stabil.

c) Kesepian (*Loneliness*)

Kesepian adalah perasaan tidak nyaman akibat minimnya kedekatan atau hubungan akrab dengan orang lain. Mereka sering merasa terisolasi, sulit berinteraksi, dan mengalami rasa hampa atau frustrasi, sehingga membuat pengalaman emosional mereka menjadi kurang menyenangkan.

d) Perasaan Subjektif (*Subjective Well-being*)

Perasaan subjektif berkaitan dengan penilaian individu terhadap diri sendiri dan kehidupannya. Seseorang mungkin merasa lebih unggul atau lebih sempurna dibanding orang lain, yang memengaruhi persepsi kebahagiaan, kepuasan hidup, dan respon terhadap kesuksesan maupun kegagalan.

Selanjutnya faktor-faktor perilaku narsisme menurut Smith (2023) antara lain:

1) *Loneliness*

Individu yang sering merasa kesepian atau terisolasi cenderung mengembangkan perilaku narsistik sebagai mekanisme untuk menarik perhatian atau mendapatkan pengakuan dari orang lain. Kesepian membuat mereka lebih fokus pada diri sendiri dan kebutuhan akan validasi sosial.

2) *Significant Rejection*

Pengalaman ditolak secara signifikan, baik oleh keluarga, teman, atau lingkungan sosial, dapat mendorong individu membangun citra diri yang berlebihan. Hal ini merupakan bentuk kompensasi atas rasa tidak diterima dan untuk melindungi harga diri mereka.

3) *Feeling Like an Outcast*

Perasaan sebagai “orang buangan” atau tidak termasuk dalam kelompok sosial tertentu dapat menimbulkan kecenderungan narsistik, karena individu mencoba menegaskan keberhargaan dan pentingnya dirinya melalui perilaku dominan atau mencari perhatian.

4) *Fragile Self-esteem*

Individu yang merasa diremehkan atau tidak dihargai cenderung mengembangkan narsisme untuk menutupi rasa rendah diri. Harga diri yang

rapuh membuat mereka sangat tergantung pada pengakuan dan pujian dari orang lain.

5) *Past Abuse Experience*

Trauma atau pelecehan di masa lalu dapat memicu perilaku narsistik sebagai bentuk perlindungan diri. Individu mencoba menampilkan citra kuat dan superior agar tidak terlihat rentan atau lemah di mata orang lain.

6) *Lack of Identity Clarity*

Ketidakjelasan identitas atau ketidaktahuan tentang diri sendiri dapat membuat individu lebih fokus pada pencitraan diri. Narsisme muncul sebagai cara untuk membentuk citra diri yang tampak konsisten dan diinginkan oleh lingkungan.

7) *Hypersensitivity to Criticism*

Orang yang terlalu peka terhadap kritik sering menggunakan narsisme sebagai mekanisme pertahanan. Mereka cenderung membesar-besarkan prestasi dan mengabaikan kekurangan agar terlindung dari penilaian negatif.

8) *Lack of Emotional or Social Support*

Individu yang minim dukungan emosional atau sosial dari lingkungan sekitarnya mungkin mengembangkan narsisme untuk memenuhi kebutuhan emosional sendiri. Kurangnya dukungan ini membuat mereka mencari validasi melalui pujian atau perhatian dari orang lain.

4. Aspek-aspek Perilaku Narsisme

Adapun beberapa aspek perilaku narsisme menurut Raskin dan Terry (1988), diantaranya:

a) Kewenangan (*Authority*)

Orang dengan kecenderungan narsisme cenderung ingin mengendalikan situasi, mengambil peran sebagai pemimpin, dan membuat keputusan secara mandiri.

b) Kemandirian (*Self-sufficiency*)

Hal ini berkaitan dengan kemampuan individu untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, termasuk sifat mandiri, tegas, dan percaya diri dalam mengatasi kebutuhan pribadi.

c) Kelebihan diri (*Superiority*)

Individu narsis umumnya memandang dirinya lebih unggul dibanding orang lain dan merasa berada di posisi terbaik.

d) Pamer diri (*Exhibitionism*)

Individu ini terlalu fokus pada penampilan fisik, dengan anggapan bahwa penampilan yang menarik akan mendapatkan penilaian positif dari orang lain.

e) Eksploitasi (*Exploitativeness*)

Mereka cenderung memanfaatkan orang lain demi mendapatkan pujian atau keuntungan, sekaligus meremehkan orang di sekitarnya.

f) Kesombongan (*Vanity*)

Individu yang narsis biasanya merasa dirinya luar biasa sehingga sulit menerima kritik atau saran dari orang lain.

g) Hak istimewa (*Entitlement*)

Berkaitan dengan kecenderungan individu untuk memilih hal-hal yang sesuai dengan keinginannya, meskipun berbeda dari norma atau kondisi di sekitarnya.

Selanjutnya, aspek-aspek perilaku narsisme menurut DSM-V (2013) meliputi:

- 1) Merasa Penting, individu menilai diri lebih tinggi dari orang lain dan mengharapkan pujian, meskipun prestasinya tidak sebanding.
- 2) Khayalan tentang Keunggulan, sering membayangkan keberhasilan, bakat, atau cinta ideal yang dimilikinya.
- 3) Merasa Spesial dan Unik, percaya diri lebih dari orang lain dan merasa berbeda secara istimewa.
- 4) Kebutuhan Pujian, memiliki keinginan kuat untuk diakui dan dipuji oleh orang lain.
- 5) Hak Istimewa, merasa berhak diperlakukan istimewa dalam berbagai situasi.
- 6) Eksploitasi Orang Lain, memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai kepentingan pribadi.
- 7) Kurangnya Empati, sulit merasakan atau peduli terhadap perasaan orang lain.
- 8) Rasa Iri, sering merasa iri terhadap orang lain atau percaya orang lain iri kepadanya.
- 9) Sikap Sombong, menunjukkan perilaku dan sikap yang tinggi diri dan angkuh.

C. Harga Diri (*Self-Esteem*)

1. Pengertian Harga Diri (*Self-Esteem*)

Maslow (1984), menjelaskan bahwa harga diri adalah kebutuhan psikologis dasar yang mencakup keinginan individu untuk diakui dan membangun rasa percaya diri, dan apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi, seseorang cenderung mencari penguatan dari sumber eksternal yang dapat memengaruhi perilaku atau

sikapnya. Menurut Coopersmith (dalam Alfarasyi, 2023) harga diri dapat dipahami sebagai evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang tercermin melalui sikap menerima ataupun menolak diri. Evaluasi ini menunjukkan tingkat sejauh mana individu memandang dirinya memiliki kemampuan, makna, serta nilai sebagai pribadi yang berharga. Menurut Worchel (dalam Putri & Isrofins, 2021) harga diri merupakan komponen evaluatif dari konsep diri, yang meliputi penilaian positif dan negatif terhadap diri sendiri, di mana individu dengan evaluasi positif cenderung bahagia dan mampu menyesuaikan diri, sedangkan individu dengan evaluasi negatif lebih sering merasa tertekan, cemas, dan pesimis.

Selanjutnya, menurut Kreitner (dalam Syaharani, 2024), harga diri atau *self-esteem* adalah keyakinan individu terhadap nilai dirinya sendiri yang terbentuk melalui evaluasi menyeluruh terhadap diri sendiri. Perasaan terkait harga diri ini dipengaruhi oleh kondisi internal individu serta bagaimana perlakuan orang lain terhadapnya. *Self-esteem* dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu kuat (*strong*) dan lemah (*weak*). Individu dengan *self-esteem* yang kuat cenderung mampu menjalin hubungan yang sehat dan harmonis dengan orang lain, bersikap sopan, serta meraih kesuksesan dalam kehidupannya. Sebaliknya, mereka yang memiliki *self-esteem* lemah biasanya menilai diri secara negatif, memiliki konsep diri yang buruk, dan kesulitan dalam mengembangkan potensi diri. yang luas terhadap sikap serta perilaku seseorang.

Dari penjelasan di atas, harga diri atau *self-esteem* dapat dimaknai sebagai keyakinan individu terhadap nilai dirinya sendiri yang membentuk konsep diri serta memengaruhi perasaan, sikap, dan kemampuan menyesuaikan diri dalam

kehidupan sosial. Harga diri mencakup evaluasi positif maupun negatif terhadap diri sendiri, dipengaruhi oleh kondisi internal dan perlakuan orang lain, serta berkaitan dengan kebutuhan psikologis dasar untuk diakui dan membangun rasa percaya diri. Individu dengan harga diri kuat cenderung mampu menjalin hubungan yang sehat dan meraih keberhasilan, sedangkan individu dengan harga diri lemah lebih rentan terhadap perasaan negatif dan kesulitan dalam mengembangkan potensi diri.

2. Karakteristik Harga Diri (*Self-Esteem*)

Menurut Frank (2015), karakteristik *self-esteem* dapat dibedakan menjadi dua tingkat, yaitu rendah dan tinggi, dengan masing-masing memiliki ciri khas tertentu.

Berikut adalah karakteristik *self-esteem* yang rendah, diantaranya:

- a) Perasaan ketidakbahagiaan, individu merasa tidak puas dengan diri sendiri dan kehidupannya, kadang memicu depresi atau kesulitan berfungsi.
- b) Kecemasan, diartikan sebagai kecemasan sosial akibat membandingkan diri dengan orang lain dan ketakutan akan penilaian negatif.
- c) Rendah diri atau inferioritas, yakni individu menilai kekurangan diri secara berlebihan dan merasa tidak berharga.
- d) Ketidaksabaran atau mudah terganggu, individu merasa mudah tersinggung oleh kesalahan diri sendiri maupun orang lain.
- e) Tujuan berorientasi eksternal, hal ini individu gemar menentukan tujuan hidup berdasarkan harapan orang lain sehingga kebutuhan pribadi terabaikan.

- f) Negativitas, memiliki pola pikir negatif, baik internal maupun eksternal, contohnya dengan sering mengkritik diri atau orang lain.

Selanjutnya, karakteristik *self-esteem* yang tinggi menurut Frank (2015), antara lain:

- 1) Bertanggung Jawab, artinya individu mampu menerima konsekuensi tindakan dan mengakui kesalahan tanpa mengkritik diri berlebihan.
- 2) Komitmen terhadap tujuan, memiliki tujuan hidup yang jelas dan berusaha mencapainya secara konsisten.
- 3) Kejujuran, dalam arti jujur pada diri sendiri dan orang lain, tulus dalam interaksi sosial.
- 4) Pengampunan, individu mudah memaafkan diri sendiri maupun orang lain, serta menerima keterbatasan.
- 5) Nilai-nilai internal, dalam hal ini individu mampu menetapkan prinsip dan identitas berdasarkan nilai pribadi, bukan penilaian orang lain.
- 6) Bersikap positif, seperti bersikap optimis terhadap diri dan kehidupan, tetap fokus pada hal-hal baik.
- 7) Perbaikan diri, selalu berupaya mengembangkan diri tanpa menghakimi kekurangan sendiri.

3. Faktor-faktor Harga Diri (*Self-Esteem*)

Menurut Coopersmith (dalam Pratiwi & Daliman, 2021) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi *self-esteem*, antara lain:

a) Penerimaan atau penghinaan terhadap diri

Individu yang merasa berharga cenderung memiliki penilaian positif terhadap dirinya sendiri, mampu menerima kekurangan, menghargai potensi diri, dan tidak merendahkan diri. Sebaliknya, mereka yang memiliki *self-esteem* rendah cenderung menghindari interaksi sosial, lebih suka menyendiri, dan merasa kekurangan, meskipun sebenarnya mereka membutuhkan dukungan sosial.

b) Kepemimpinan atau Popularitas

Self-esteem juga dipengaruhi oleh kemampuan individu menyesuaikan diri dengan tuntutan sosial. Dalam situasi kompetitif, individu dengan *self-esteem* tinggi mampu bersaing secara sehat dan menunjukkan kontribusi positif terhadap lingkungannya.

c) Keluarga dan Orang Tua

Keluarga dan orang tua memiliki peran penting dalam pembentukan *self-esteem*, karena merupakan lingkungan pertama yang memberikan interaksi dan pengakuan. Rasa dihargai dalam keluarga menjadi fondasi utama bagi perkembangan harga diri individu.

d) Keterbukaan dan Kecemasan

Individu yang merasa diterima dan dihargai lebih mampu menerima nilai, keyakinan, dan sikap orang lain. Sebaliknya, penolakan dari lingkungan dapat menimbulkan kekecewaan dan memengaruhi *self-esteem* secara negatif.

Selanjutnya, faktor-faktor yang memengaruhi *self-esteem* menurut Ghufro dan Risnawita (dalam Bernadine & Astuti, 2024) sebagai berikut:

1) Faktor jenis kelamin

Jenis kelamin memengaruhi pengalaman individu dalam menilai dan menghargai dirinya. Perbedaan biologis dan peran sosial dari laki-laki maupun perempuan dapat membentuk cara mereka merasa berharga dan dihargai dalam lingkungan sosialnya.

2) Intelegensi

Kemampuan individu dalam memecahkan masalah, belajar, atau beradaptasi dengan situasi tertentu berdampak pada rasa harga diri. Individu yang merasa mampu memenuhi tuntutan lingkungan atau mengatasi tantangan dengan baik cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi.

3) Kondisi fisik

Penampilan tubuh menjadi faktor yang memengaruhi harga diri. Individu yang puas dengan kondisi fisiknya biasanya merasa lebih berharga, sementara ketidakpuasan terhadap tubuh atau kesehatan dapat menurunkan *self-esteem*.

4) Lingkungan keluarga

Dukungan, perhatian, dan penghargaan dari orang tua atau anggota keluarga membuat individu merasa dihargai dan mampu mengembangkan *self-esteem* secara positif.

5) Lingkungan sosial

Interaksi dengan teman sebaya dan masyarakat luas juga memengaruhi *self-esteem*. Lingkungan yang memberikan pengakuan, penghargaan, dan dukungan akan memperkuat harga diri individu, sedangkan tekanan sosial atau penolakan cenderung menurunkan *self-esteem*.

4. Aspek-aspek Harga Diri (*Self-Esteem*)

Menurut Rosenberg (dalam Hadini dkk., 2025), *self-esteem* memiliki dua aspek utama, yaitu penerimaan diri dan penghormatan diri, yang masing-masing mencakup lima dimensi, yaitu:

a) Dimensi Akademik

Pada dimensi ini mengacu pada bagaimana individu menilai kualitas pendidikan atau kemampuan belajar yang dimilikinya, termasuk prestasi akademik dan keyakinan terhadap kompetensi intelektualnya.

b) Dimensi Sosial

Berkaitan dengan persepsi individu terhadap hubungan sosialnya, termasuk kemampuan menjalin interaksi, membangun pertemanan, dan beradaptasi dalam lingkungan sosial.

c) Dimensi Emosional

Mencerminkan sejauh mana individu mampu mengenali, mengelola, dan mengekspresikan perasaannya secara sehat, serta keterlibatannya dengan kondisi emosionalnya sendiri.

d) Dimensi Keluarga

Mengacu pada partisipasi dan keterlibatan individu dalam dinamika keluarga, bagaimana ia menyesuaikan diri, berinteraksi, dan membangun hubungan yang harmonis di lingkungan keluarga.

e) Dimensi Fisik

Menggambarkan persepsi individu terhadap kondisi dan penampilan fisiknya, termasuk penerimaan terhadap tubuh sendiri, penampilan, dan kondisi

kesehatan, yang juga berkontribusi terhadap rasa percaya diri secara keseluruhan.

Selanjutnya, Menurut Coopersmith (dalam Syaharani, 2024), *self-esteem* mencakup beberapa aspek penting yang menggambarkan bagaimana individu menilai dan menghargai dirinya sendiri, diantaranya:

1) *Power*

Menggambarkan kemampuan individu untuk mengendalikan atau memengaruhi orang lain dalam interaksi sosial maupun situasi tertentu.

2) *Significance*

Menunjukkan tingkat penerimaan dan pengakuan yang diperoleh individu berdasarkan penilaian orang lain terhadap dirinya.

3) *Virtue*

Berkaitan dengan ketaatan individu terhadap norma-norma moral dan etika yang berlaku dalam masyarakat.

4) *Competence*

Mengacu pada kemampuan individu untuk mencapai keberhasilan sesuai dengan tujuan dan standar yang telah ditetapkan.

D. Hubungan Antara Harga Diri (*Self-Esteem*) dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Madya Pengguna Aplikasi TikTok di Kota Surabaya

Masa remaja merupakan periode transisi antara masa kanak-kanak dan kedewasaan yang ditandai oleh perubahan signifikan dalam aspek biologis, kognitif, psikososial, serta sosial-emosional (Santrock, 2012). Pada tahap remaja

madya, individu tidak sepenuhnya anak-anak namun juga belum mencapai kedewasaan, sehingga banyak mengalami eksplorasi identitas diri, peningkatan intensitas emosi, serta sensitivitas terhadap penilaian sosial (Hurlock, 1980). Karakteristik ini membuat remaja madya menjadi kelompok yang rentan terhadap berbagai pengaruh lingkungan, termasuk media sosial (Siswanto, 2024).

Media sosial, khususnya TikTok, menjadi platform yang banyak digunakan remaja madya untuk mengekspresikan diri, membangun interaksi sosial, serta menampilkan citra diri yang ideal. Kegiatan ini sering didorong oleh kebutuhan akan validasi sosial dan proses pencarian identitas yang masih berlangsung (Hillman dkk., 2023). Interaksi di platform digital ini, termasuk jumlah like, komentar, dan viewers, berperan dalam membentuk persepsi diri dan potensi munculnya perilaku narsisme (Sakinah dkk., 2019).

Narsisme sendiri merupakan kecenderungan individu untuk menilai diri secara berlebihan, menonjolkan diri, dan memiliki perasaan superior yang disertai kebutuhan tinggi akan pengakuan serta pujian dari orang lain (Nevid dkk., 2005). Karakteristik individu narsistik mencakup grandiositas, kebutuhan pujian, harga diri yang rapuh, serta sensitivitas terhadap kritik (Kohut, 1971). Selain itu, DSM-V (2013) menjelaskan bahwa individu narsistik cenderung memanfaatkan hubungan sosial untuk memenuhi kepentingan pribadi, memiliki fantasi berlebihan mengenai kesuksesan, dan bersikap arogan dalam interaksi sosial.

Faktor yang memengaruhi perilaku narsisme antara lain harga diri atau *self-esteem*, depresi, kesepian, perasaan subjektif terhadap kehidupan, pengalaman penolakan sosial, ketidakjelasan identitas, trauma masa lalu, serta kurangnya

dukungan emosional dan sosial (Sedikides dkk., 2004). *Self-esteem* sendiri merupakan persepsi individu terhadap nilai dirinya yang terbentuk melalui evaluasi diri dan interaksi sosial, termasuk pengakuan, penghargaan, dan penerimaan dari orang lain (Maslow, 1984).

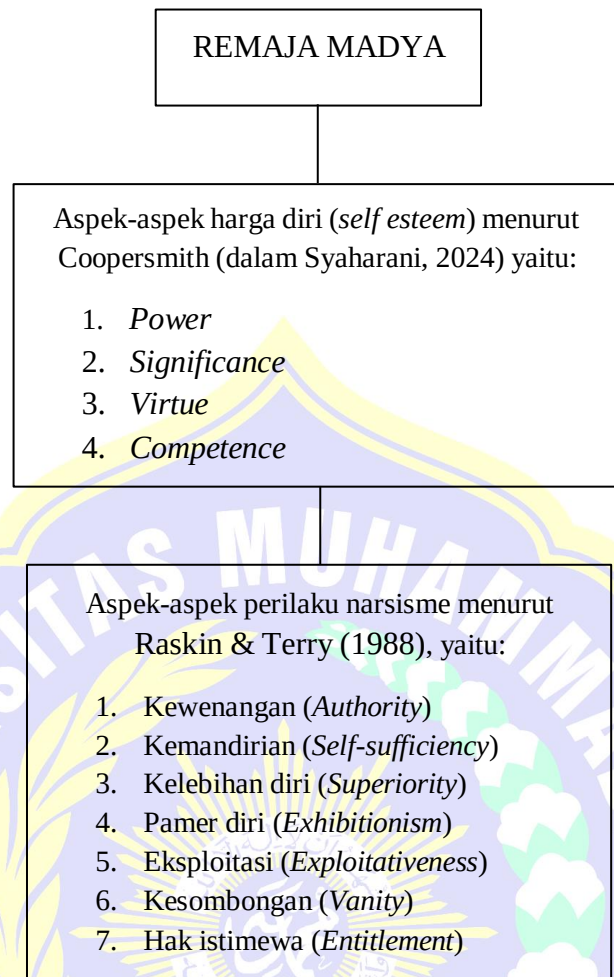
Ali (2022) menegaskan bahwa kestabilan *self-esteem* merupakan fondasi penting yang menentukan apakah individu dapat mengelola kebutuhan akan penghargaan tanpa berkembang menjadi pola narsistik. Dengan kata lain, semakin rapuh harga diri seseorang, semakin besar kemungkinan munculnya kebutuhan yang ditunjukkan melalui perilaku narsistik. Individu dengan *self-esteem* kuat cenderung mampu menjalin hubungan sehat dan mencapai keberhasilan, sementara individu dengan *self-esteem* lemah lebih rentan terhadap perasaan negatif dan kesulitan mengembangkan potensi diri (Worchel dalam Putri & Isrofins, 2021).

Self-esteem memiliki karakteristik berbeda antara individu dengan *self-esteem* rendah dan tinggi. Individu dengan *self-esteem* rendah cenderung merasa tidak puas, cemas, rendah diri, mudah tersinggung, serta mengutamakan tujuan eksternal (Frank, 2015). Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* tinggi menunjukkan tanggung jawab, komitmen terhadap tujuan, kejujuran, kemampuan memaafkan, pengembangan nilai-nilai internal, bersikap positif, serta upaya perbaikan diri. Faktor yang memengaruhi *self-esteem* meliputi penerimaan diri, kepemimpinan, dukungan keluarga, keterbukaan terhadap lingkungan sosial, jenis kelamin, intelegensi, kondisi fisik, dan lingkungan sosial (Ghufron & Risnawita dalam Bernadine & Astuti, 2024).

Aspek-aspek *self-esteem* mencakup dimensi akademik, sosial, emosional, keluarga, dan fisik (Rosenberg dalam Hadini dkk., 2025), serta kemampuan individu untuk mengendalikan situasi, memperoleh pengakuan, mematuhi norma moral, dan mencapai keberhasilan sesuai standar yang ditetapkan (Coopersmith dalam Syaharani, 2024). Hubungan antara *self-esteem* dan narsisme menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap nilai dirinya dapat memengaruhi kecenderungan menonjolkan diri dan kebutuhan pengakuan sosial. Dengan demikian, remaja madya yang tengah mengeksplorasi identitas dan sering terpapar media sosial dapat mengalami dinamika *self-esteem* dan perilaku narsistik yang saling memengaruhi.



E. Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

F. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori yang dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: “Terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan perilaku narsisme pada remaja madya pengguna aplikasi TikTok di Kota Surabaya”.