

Kecanduan Media Sosial dalam Perspektif Psikologis: Peran Kesepian dan Perilaku Narsistik

Ferbian Kembar Handoyo¹, Wina Lova Riza², Dinda Aisha³

^{1,2,3}Fakultas Psikologi, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

ps21.ferbianhandoyo@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, wina.love@ubpkarawang.ac.id²,

dinda.aisha@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of loneliness and narcissistic behavior on social media addiction among emerging adults in Karawang. The method used in this study is quantitative, with a causal research design. The population in this study consists of emerging adults residing in Karawang. The sample in this study consisted of 356 respondents, calculated based on Issac Michael's formula and using convenience sampling techniques. The measurement tools used in this study were psychological scales: the UCLA Loneliness Scale v3 for loneliness, the Narcissistic Personality Inventory 16 for narcissistic behavior, and the Social Media Disorder Scale for social media addiction. Based on the results of the study, there was no significant simultaneous effect between the variables of loneliness and narcissistic behavior on social media addiction. However, partially, only the narcissistic behavior variable showed a significant effect on social media addiction, while the loneliness variable did not have a significant effect.

Keywords: *loneliness, narcissistic behavior, social media addiction, emerging adulthood*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesepian dan perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial pada *emerging adulthood* di Karawang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dengan desain penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu individu *emerging adulthood* yang berdomisili di Karawang. Sampel pada penelitian ini berjumlah 356 responden yang dihitung berdasarkan rumus Issac Michael dan menggunakan teknik *convenience sampling*. Alat ukur pada penelitian ini menggunakan skala psikologi yaitu skala kesepian menggunakan *UCLA Loneliness Scale v3*, skala perilaku narsistik menggunakan skala *Narcissistic Personality Inventory 16*, skala kecanduan media sosial menggunakan skala *The Social Media Disorder*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, secara simultan tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara variabel kesepian dan perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial. Namun, secara parsial, hanya variabel perilaku narsistik yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kecanduan media sosial, sedangkan variabel kesepian tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci: kesepian, perilaku narsistik, kecanduan media sosial, *emerging adulthood*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan fundamental pola interaksi sosial manusia. Transformasi digital ini secara signifikan mengubah cara individu membangun dan memelihara hubungan sosial. Teknologi berbasis internet, khususnya media sosial, telah merevolusi bentuk komunikasi dari yang sebelumnya

terbatas pada ruang fisik dan interaksi tatap muka menjadi komunikasi virtual yang bersifat lintas ruang dan waktu. Menurut Brogan (dalam Liedfray dkk., 2022) salah satu jenis teknologi informasi yang mengalami perkembangan yang cukup pesat adalah media sosial. Beberapa platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube digunakan oleh jutaan hingga miliaran orang di seluruh dunia.

Sebelum munculnya media sosial, interaksi sosial cenderung berlangsung secara langsung melalui pertemuan fisik, percakapan lisan, atau komunikasi tertulis konvensional seperti surat atau telepon. Kegiatan sosialisasi umumnya terpusat pada lingkungan rumah, sekolah, tempat ibadah, atau komunitas tertentu. Namun, kehadiran media sosial sebagai produk dari kemajuan teknologi telah menggeser paradigma interaksi tersebut. Menurut Nasrullah (dalam Setiadi, 2016) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial memberikan kemudahan akses dan kecepatan dalam membentuk koneksi sosial, namun pada saat yang sama juga menciptakan jarak emosional yang tidak tampak. Individu kini cenderung menggantikan interaksi langsung dengan komunikasi berbasis platform digital. Pergeseran ini menjadi salah satu ciri penting dalam dinamika relasi sosial masyarakat kontemporer, terutama di kalangan generasi muda yang tumbuh dalam era digital.

Di Indonesia, penggunaan media sosial terus meningkat. Survey Data Reportal menunjukkan bahwa penetrasi media sosial di Indonesia sudah mencapai sekitar separuh populasi. Laporan data reportal mencatat ada 143,0 juta identitas pengguna media sosial aktif di Indonesia pada Januari 2025, setara dengan 50,2% dari total penduduk. Angka ini naik dari 139,0 juta (49,9% populasi) pada Januari 2024. Data dari We Are Social (2024) platform media sosial yang paling banyak dipakai adalah aplikasi pesan dan jejaring sosial populer. Data survei menunjukkan 90,9% pengguna internet (usia 16–64) di Indonesia menggunakan WhatsApp setiap bulan, diikuti oleh Instagram (85,3%), Facebook (81,6%), dan TikTok (73,5%). Platform lain yang juga banyak digunakan antara lain Telegram (61,3%), Twitter (X) (57,5%), Facebook Messenger (47,9%), dan Pinterest (34,2%). Salah satu kelompok usia dominan yang menggunakan media sosial adalah kelompok usia 18–25 tahun. Sebuah studi melaporkan bahwa 32,3% dari seluruh pengguna media sosial Indonesia berada pada rentang usia 18–25 tahun (Annur, 2020). Data ini selaras dengan laporan Data reportal yang menunjukkan sekitar 79,5% penduduk usia 18 tahun ke atas aktif menggunakan media sosial pada awal 2023.

Kalangan tersebut sering disebut dengan istilah *emerging adulthood*. Menurut Arnett (2000), fase tersebut merupakan fase transisi dari remaja menuju dewasa awal, yang ditandai dengan eksplorasi intensif terhadap identitas, relasi sosial, dan arah hidup. Dalam fase ini, individu cenderung mengalami ketidakstabilan emosional, kebutuhan akan penerimaan sosial, serta pencarian jati diri yang tinggi. Tantangan psikososial yang muncul pada fase ini membuat banyak individu menggunakan media sosial sebagai sarana ekspresi diri, validasi sosial, dan kompensasi emosional.

Namun, kemudahan dan intensitas akses terhadap media sosial berpotensi menimbulkan fenomena negatif seperti kecanduan media sosial. Menurut Marjosy dkk. (dalam Liang, 2021) kemudahan dan kenyamanan yang diterima oleh setiap individu dalam mengakses media sosial dapat menjadi suatu permasalahan jika digunakan secara berlebihan serta dapat menimbulkan kecanduan. Kondisi ini merupakan gangguan psikologis yang ditandai dengan ketergantungan terhadap aktivitas di platform digital hingga mengganggu keseharian individu. Young (1998) mendefinisikan kecanduan media sosial adalah perilaku kompulsif yang mengganggu fungsi sehari-hari, kesehatan mental, dan kesejahteraan individu. Menurut Eijnden dkk. (2016) kecanduan media sosial diartikan sebagai penggunaan media sosial secara terus menerus dan berlebihan, cenderung kompulsif sehingga mengakibatkan permasalahan emosional maupun sosial, kecanduan media sosial mencakup sembilan aspek: *preoccupation* (keterpakuan pikiran), *tolerance* (toleransi), *withdrawal* (gejala putus pakai), *displacement* (pengalihan aktivitas), *problems* (masalah), *deception* (penipuan), *escape* (pelarian), *conflict* (konflik), *relapse* (kekambuhan). Intensitas penggunaan media sosial yang terlalu tinggi dapat menyebabkan menurunnya produktivitas individu (Aljawiy, 2019) dan mempengaruhi kesehatan mental seperti merasa kesepian (Canady, 2019) serta berkaitan dengan perilaku narsistik (Gnambs & Appel, 2017).

Pada November 2024, peneliti melakukan pra-penelitian di Kecamatan Telukjambe Timur dengan melibatkan 50 responden usia 18–21 tahun yang aktif di media sosial. Hasil mengungkapkan prevalensi tinggi gejala *preoccupation* yaitu pikiran yang terfokus pada media sosial dan *tolerance* yaitu kebutuhan akan durasi penggunaan yang meningkat, serta kemunculan *withdrawal* yaitu kecemasan saat akses terbatas. Selain itu, aspek *displacement* dan *escape* dominan, di mana media sosial menggantikan aktivitas penting dan berfungsi sebagai mekanisme pelarian dari tekanan emosional yang mengindikasikan kecenderungan kecanduan media sosial.

Xu dan Tan (dalam Adityaputra & Salma, 2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat menjadi bermasalah apabila individu memprioritaskan platform tersebut sebagai hal yang sangat penting dalam hidup mereka dan memanfaatkannya sebagai sarana untuk meredakan stres, kesepian, atau depresi. Menurut teori pemenuhan kebutuhan (*need satisfaction theory*), kesepian sebagai salah satu kebutuhan psikologis yang belum terpenuhi dapat mendorong individu memanfaatkan media sosial sebagai bentuk kompensasi. Selama proses kompensasi ini, individu cenderung meningkatkan frekuensi dan intensitas penggunaan media sosial yang pada akhirnya dapat berkembang menjadi pola penggunaan problematik (Wu dkk., 2024). Menurut Russel (1996) kesepian merupakan hubungan sosial yang tidak sesuai dari apa yang diinginkan dengan yang dicapai oleh individu, kondisi tersebut termasuk perasaan gelisah, tertekan, dan persepsi akan kurangnya hubungan sosial pada diri seseorang. Terdapat beberapa aspek kesepian menurut Russel (1996) yaitu, kepribadian, keinginan sosial, depresi. Russel (1996) menekankan bahwa kesepian tidak hanya sekadar kondisi sosial, tetapi juga melibatkan aspek kognitif dan emosional yang kompleks. Russel (1996) menjelaskan bahwa seseorang dapat merasa kesepian meskipun dikelilingi oleh

banyak orang karena kesepian pada dasarnya berakar pada perasaan tidak terpenuhi dalam hubungan interpersonal. Krisnadi dan Adhandayani (2022) dalam studi mereka melaporkan bahwa kesepian berpengaruh positif signifikan terhadap kecanduan media sosial. Zanah dan Rahardjo (2020) meneliti sebanyak 166 orang mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dan menemukan pengaruh positif yang signifikan antara kedua variabel yang menyatakan bahwa kesepian mempengaruhi kecanduan media sosial.

Sementara itu, perilaku narsistik juga dikaitkan erat dengan kecanduan media sosial. Hasil penelitian Nguyen dkk. (2025) menyebutkan perilaku narsistik di kalangan generasi Z secara signifikan memengaruhi kecanduan media sosial. Tingkat perilaku narsistik yang tinggi kemungkinan besar akan menyebabkan kecanduan media sosial. Menurut Sakinah dkk. (dalam Kholisah & Suhesty, 2025) individu yang memiliki perilaku narsistik cenderung lebih rentan mengalami kecanduan media sosial. Salah satu ciri utama dari perilaku narsistik adalah rasa kagum berlebihan terhadap diri sendiri yang merupakan bagian dari gangguan kepribadian. Akdeniz (2022) menyatakan perilaku narsistik secara luas diakui dalam literatur ilmiah sebagai faktor risiko yang signifikan terkait dengan kecanduan media sosial. Studi korelasional telah banyak dilakukan untuk mengkaji hubungan ini, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Andreassen dkk. (2017) serta McCain dan Campbell (2018).

Para peneliti umumnya memandang perilaku narsistik sebagai salah satu prediktor utama dalam konteks kecanduan media sosial (dalam Esfahani dkk., 2019). Individu dengan perilaku narsistik umumnya menunjukkan sikap acuh terhadap perasaan orang lain dan memiliki keyakinan kuat atas superioritas dirinya dibandingkan orang lain. Kholisah dan Suhesty (2025) melaporkan bahwa perilaku narsistik secara signifikan memengaruhi kecanduan media sosial. Sehingga, perilaku narsistik merupakan faktor penting yang mendorong kecanduan media sosial. Kemudian Liang (2021) menemukan pengaruh antara intensitas penggunaan Instagram dan skor narsistik pada 130 mahasiswa di Surabaya. Menurut Raskin dan Terry (1988) perilaku narsistik adalah suatu pola cinta-diri yang berlebihan di mana seseorang menilai dirinya sangat superior dan penting, terobsesi pada fantasi kesuksesan, kekuasaan, atau kecemerlangan yang tak terbatas, gemar pamer, merasa berhak atas perlakuan istimewa tanpa tanggung jawab timbal balik, serta cenderung mengeksploitasi orang lain dan kurang memiliki empati. Raskin dan Terry (1988) berpendapat perilaku narsistik memiliki tujuh aspek yaitu *authority*, *exhibitionism*, *superiority*, *vanity*, *exploitativeness*, *entitlement*, dan *self-sufficiency*.

Berdasarkan penjelasan yang sudah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah (1) menguji pengaruh kesepian terhadap kecanduan media sosial *emerging adulthood* di Karawang, (2) menguji pengaruh perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial *emerging adulthood* di Karawang, (3) menguji pengaruh kesepian dan perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial *emerging adulthood* di Karawang.

TINJAUAN LITERATUR

Kecanduan Media Sosial

Menurut Eijnden dkk. (2016) kecanduan media sosial diartikan sebagai penggunaan media sosial secara terus menerus dan berlebihan, cenderung kompulsif sehingga mengakibatkan permasalahan emosional maupun sosial, kecanduan media sosial mencakup sembilan aspek: *preoccupation*, yaitu kecenderungan untuk terus-menerus memikirkan platform media sosial meski tengah melakukan aktivitas lain; *tolerance*, kebutuhan yang meningkat akan durasi dan frekuensi penggunaan agar mencapai kepuasan; *withdrawal*, munculnya gejala emosional negatif, seperti kecemasan atau gelisah, saat akses dibatasi; *displacement*, pergeseran prioritas dari tugas penting atau interaksi tatap muka ke penggunaan media sosial; *problems*, konsekuensi negatif signifikan pada kinerja akademik, pekerjaan, atau pola tidur yang sulit diminimalkan; *deception*, tindakan menutupi atau memanipulasi informasi tentang intensitas penggunaan dari orang terdekat; *escape*, penggunaan media sosial sebagai mekanisme pelarian dari stres, kesepian, atau kecemasan; *conflict*, timbulnya gesekan interpersonal akibat dominasi aktivitas daring; dan *relapse*, kecenderungan kembali ke pola penggunaan lama setelah upaya pengurangan, yang menunjukkan sifat kronis dari adiksi ini.

Kesepian

Menurut Russel (1996) kesepian merupakan hubungan sosial yang tidak sesuai dari apa yang diinginkan dengan yang dicapai oleh individu, kondisi tersebut termasuk perasaan gelisah, tertekan, dan persepsi akan kurangnya hubungan sosial pada diri seseorang. Terdapat beberapa aspek kesepian menurut Russel yaitu kepribadian, yaitu suatu kesatuan dari sistem- sistem psikofisik yang menentukan karakteristik perilaku dan cara berpikir individu; Keinginan sosial, manusia memiliki dorongan kuat untuk memenuhi kebutuhan afiliasi yakni keinginan untuk diterima, diakui, dan diikutsertakan dalam kelompok dan depresi, merupakan sikap dan perasaan tidak berharga, tidak bersemangat, murung, bersedih hati dan ketakutan pada kegagalan. Russel menekankan bahwa kesepian tidak hanya sekadar kondisi sosial, tetapi juga melibatkan aspek kognitif dan emosional yang kompleks. Russel menjelaskan bahwa seseorang dapat merasa kesepian meskipun dikelilingi oleh banyak orang karena kesepian pada dasarnya berakar pada perasaan tidak terpenuhi dalam hubungan interpersonal.

Perilaku Narsistik

Menurut Raskin dan Terry (1988), perilaku narsistik adalah suatu pola cinta-diri yang berlebihan di mana seseorang menilai dirinya sangat superior dan penting, terobsesi pada fantasi kesuksesan, kekuasaan, atau kecemerlangan yang tak terbatas, gemar pamer, merasa berhak atas perlakuan istimewa tanpa tanggung jawab timbal balik, serta cenderung mengeksploitasi orang lain dan kurang memiliki empati. Raskin dan Terry (1988) berpendapat perilaku narsistik memiliki 7 aspek yaitu *authority*, yaitu kecenderungan untuk menjadi pemimpin, memiliki pengaruh atas orang lain, dan keyakinan akan kemampuan kepemimpinan diri; *exhibitionism*, yaitu

kebutuhan untuk menjadi pusat perhatian dan keinginan untuk memamerkan diri; *superiority*, yaitu keyakinan tentang keunggulan dan keunikan diri dibandingkan orang lain; *vanity*, yaitu fokus pada penampilan fisik dan kekhawatiran tentang bagaimana orang lain memandang penampilan diri; *exploitativeness*, yaitu kecenderungan untuk memanipulasi atau memanfaatkan orang lain untuk keuntungan pribadi; *entitlement*, yaitu harapan akan perlakuan khusus atau hak istimewa tanpa merasa perlu membalas budi atau bertanggung jawab dan *self-sufficiency*, yaitu keyakinan pada kemampuan diri untuk menyelesaikan sesuatu sendiri dan jarang bergantung pada orang lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2022) menyebutkan bahwa metode kuantitatif menitikberatkan pada penyajian data numerik dan analisis statistik. Desain penelitian ini bersifat kausalitas. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kausalitas bertujuan menguji ada tidaknya hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah (X1) kesepian dan (X2) perilaku narsistik, sedangkan variabel dependen (Y) adalah kecanduan media sosial.

Partisipan penelitian ini adalah individu berusia 18–25 tahun yang berdomisili di Karawang. Jumlah sampel minimal sebanyak 348 orang dari populasi berjumlah 601.695 ditentukan menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5%. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *convenience sampling* adalah teknik pemilihan responden berdasarkan kemudahan, yaitu mereka yang kebetulan berada pada tempat dan waktu yang tepat serta bersedia mengisi kuesioner.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala psikologis dengan tiga instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti. Skala kesepian yang digunakan mengadopsi alat ukur *UCLA Loneliness Scale v3* yang dikembangkan oleh Russell (1996), terdiri dari 20 aitem dengan 5 aitem untuk aspek kepribadian, 8 aitem untuk aspek keinginan sosial, dan 7 aitem untuk aspek depresi. Format jawaban yang digunakan yaitu memakai skala likert, dengan empat alternatif respon, yaitu 1 = tidak pernah, 2 = jarang, 3 = kadang-kadang, 4 = selalu. Contoh pertanyaan pada alat ukur *UCLA Loneliness Scale v3* adalah “Seberapa sering kamu merasa bahwa kamu adalah orang yang mudah bergaul dan ramah?” dan “Seberapa sering kamu merasa terkucilkan dari orang lain?”. Aitem pada skala yang digunakan ada dua jenis yaitu *favorable* dan *unfavorable*, untuk aitem *unfavorable* diskoring secara terbalik. Dalam *try out* penelitian ini, skala tersebut menunjukkan nilai yang sangat reliabel dengan nilai Cronbach’s $\alpha = 0,937$ serta validitas dengan nilai r berkisar 0,454 – 0,723.

Skala perilaku narsistik yang digunakan mengadopsi alat ukur *Narcissistic Personality Inventory 16* yang dikembangkan oleh Ames dkk. (2006) terdiri dari 16 aitem *unidimensional*. Format jawaban yang digunakan yaitu memakai skala guttman dengan skoring 1 (satu) untuk pernyataan *favorable* dan 0 (nol) untuk pernyataan *unfavorable*. Contoh pernyataan pada alat ukur *Narcissistic Personality Inventory 16* adalah “Saya sangat senang menjadi pusat perhatian” dan “Saya merasa tidak nyaman

menjadi pusat perhatian”. Dalam *try out* penelitian ini, skala tersebut menunjukkan nilai yang sangat reliabel dengan nilai Cronbach's $\alpha = 0,868$ serta validitas dengan nilai r berkisar $0,347 - 0,636$.

Skala kecanduan media sosial yang digunakan mengadopsi alat ukur *The Social Media Disorder Scale* yang dikembangkan oleh Eijnden dkk. (2016) terdiri dari 27 aitem dengan 3 aitem untuk setiap masing-masing aspek, dimana terdapat 9 aspek, yaitu: *preoccupation, tolerance, withdrawal, displacement, problems, deception, escape, conflict, relapse*. Format jawaban yang digunakan yaitu memakai skala guttman dengan dua pilihan respon, yaitu "ya" dan "tidak" dengan skoring 1 (satu) untuk respon "ya" dan 0 (nol) untuk respon "tidak". Contoh pernyataan pada alat ukur *The Social Media Disorder Scale* adalah "Selama setahun terakhir, apakah anda merasa butuh untuk menggunakan media sosial lebih sering lagi?". Aitem pada skala yang digunakan hanya satu jenis yaitu *favorable*. Dalam *try out* penelitian ini, skala tersebut menunjukkan nilai yang sangat reliabel dengan nilai Cronbach's $\alpha = 0,920$ serta validitas dengan nilai r berkisar $0,310 - 0,696$.

Sebelum menguji hipotesis, penelitian ini terlebih dahulu melakukan uji prasyarat. Uji prasyarat yang dilakukan mencakup uji normalitas dan linearitas, yang dianalisis menggunakan SPSS versi 25. Kemudian untuk menguji hipotesis, digunakan analisis regresi linier berganda, yang mampu mengukur kekuatan dan arah pengaruh dua variabel independen terhadap satu variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah 356 individu *emerging adulthood* yang berdomisili di kabupaten Karawang. Data demografi responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Demografi berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	201	56,5%
Perempuan	155	43,5%
Total	356	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 201 atau 56,5% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 155 atau 43,5%. Berikutnya adalah data demografi responden berdasarkan status disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Demografi berdasarkan status

Status	Frekuensi	Persentase (%)
Bekerja	96	27%
Sekolah/Kuliah	260	73%
Total	356	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui responden dengan status bekerja sebanyak 96 atau 27% dan responden dengan status bersekolah atau berkuliah sebanyak 260 atau 73%. Berikutnya adalah data demografi responden berdasarkan platform media sosial utama yang digunakan, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Demografi berdasarkan platform media sosial utama

Status	Frekuensi	Persentase (%)
Instagram	124	34,8%
Tiktok	192	53,9%
Facebook	10	2,8%
Youtube	30	8,4%
Total	356	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui responden yang menggunakan Instagram sebanyak 124 atau 34,8%, Tiktok sebanyak 192 atau 53,9%, Facebook sebanyak 10 atau 2,8%, dan Youtube sebanyak 30 atau 8,4%. Berikutnya adalah data demografi responden berdasarkan aktivitas utama dalam menggunakan media sosial disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Demografi berdasarkan aktivitas utama dalam menggunakan media sosial

Status	Frekuensi	Persentase (%)
Browsing konten	16	4,5%
Posting konten	33	9,3%
Menonton video hiburan	307	86,2%
Total	356	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui responden yang menggunakan media sosial untuk *browsing* konten sebanyak 16 atau 4,5%, posting konten sebanyak 33 atau 9,3% dan menonton video hiburan sebanyak 307 atau 86,2%. Berikutnya adalah data demografi responden berdasarkan durasi penggunaan media sosial disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Demografi berdasarkan durasi penggunaan media sosial per hari

Status	Frekuensi	Persentase (%)
<2 jam	10	2,8%
2 – 4 jam	48	13,5%
5 – 7 jam	152	42,7%
>7 jam	146	41%
Total	356	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui responden dengan durasi penggunaan media sosial <2 jam sebanyak 10 atau 2,8%, 2 – 4 jam sebanyak 48 atau 13,5%, 5 – 7 jam sebanyak 152 atau 42,7% dan >7 jam sebanyak 146 atau 41%

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas sebaran. Hasil analisis disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Asymp. Sig. (2-tailed)	α	Interpretasi
0,200	0,05	Berdistribusi Normal

Berdasarkan tabel di atas, dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,200 dimana nilai $p > \alpha$ atau $0.200 > 0.05$, sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal dan sehingga syarat terpenuhi untuk dilakukan uji *parametric*. Uji asumsi berikutnya yaitu uji linearitas, yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

Variabel	p	α	Interpretasi
Kesepian terhadap kecanduan media sosial	0,355	0,05	Linear
Perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial	0,223	0,05	Linear

Hasil uji linearitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel kesepian terhadap kecanduan media sosial memiliki nilai *deviation from linearity* sebesar sig. 0,355, sedangkan variabel perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial memiliki nilai *deviation from linearity* sebesar sig. 0,223. Karena nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa keduanya memenuhi kaidah linearitas. Analisis regresi adalah teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis, dan hasilnya ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,657	2	1,828	2,612	0,075

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui nilai sig. 0.075 atau sig. > 0.05 , maka dapat dikatakan secara simultan variabel kesepian dan perilaku narsistik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan media sosial pada *emerging adulthood* di Karawang. Oleh karena itu, analisis dilanjutkan dengan uji parsial untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 9. Uji Analisis Parsial

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	17.856	3,588		4,976	0,000
	Kesepian	- 0,031	0,051	- 0,033	- 0,613	0,540
	Perilaku narsistik	0,073	0,034	0,114	2.146	0,033

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel 9, koefisien kesepian sebesar $-0,031$ menunjukkan adanya hubungan negatif, dimana setiap kenaikan 1 satuan dalam kesepian akan diikuti dengan penurunan kecanduan media sosial sebesar $-0,031$, dan sebaliknya. Koefisien perilaku narsistik sebesar $0,073$ menunjukkan adanya hubungan positif, dimana setiap kenaikan 1 satuan dalam perilaku narsistik akan diikuti dengan kenaikan kecanduan media sosial sebesar $0,073$, dan sebaliknya. Nilai signifikansi dari variabel kesepian sebesar $0,540 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan variabel kesepian terhadap kecanduan media sosial. Kemudian, nilai signifikansi dari variabel perilaku narsistik sebesar $0,033 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan variabel perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial.

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi Parsial (*Zero Order x Beta*)

Variabel	Beta	Zero Order	Zero Order X Beta	%
Kesepian	-0,033	-0,041	0,001353	0,14%
Narsistik	0,114	0,116	0,013224	1,32%

Kemudian untuk setiap variabel independen perlu ditentukan besar kecilnya koefisien determinasi parsial dalam penelitian. Tujuan dari uji koefisien determinasi parsial adalah untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Seseorang dapat menilai dampak ukuran setiap variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan rumus *Zero Order x Beta*. Berdasarkan hasil tabel data di atas, didapatkan besaran pengaruh kesepian terhadap kecanduan sosial media sebesar $0,14\%$ dan pengaruh perilaku narsistik terhadap kecanduan sosial media sebesar $1,32\%$.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh variabel kesepian terhadap kecanduan media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian Baltaci (2019) dimana hasil penelitian menunjukkan variabel kesepian (*loneliness*) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan media sosial (*social media addiction*), Baltaci (2019) menyebutkan hal ini kemungkinan disebabkan oleh peran kesepian yang dimoderasi oleh variabel lain yang melemahkan pengaruh langsungnya. Hal serupa ditemukan pada penelitian Dariyo dan Widiyanto (2013) yang menunjukkan bahwa secara parsial kesepian tidak secara signifikan

memengaruhi kecanduan media sosial. Penelitian lain yang dilakukan oleh Brusilovskiy dkk. (2016) menyimpulkan bahwa secara keseluruhan kesepian tidak berkaitan dengan kecanduan media sosial. Brusilovskiy dkk. (2016) berpendapat pemanfaatan media sosial berpotensi mempererat rasa kedekatan individu dengan orang-orang terpenting dalam kehidupannya, sekaligus membuka peluang bagi terciptanya dan pengembangan relasi baru. Sejalan dengan hal tersebut, Shaw dkk. (2005) menjelaskan melalui teori *stimulation hypothesis* bahwa individu yang menghabiskan banyak waktu yang di media sosial justru memperkuat kualitas pertemanan mereka dan mengurangi perasaan kesepian mereka.

Primack (2017) berpendapat ketika kesepian, yang merupakan variabel psikososial kemudian dianalisis dalam hal kecanduan internet, penyalahgunaan internet, dan variabel kecanduan media sosial, terlihat bahwa kesepian adalah alasan, artinya kesepian bukanlah variabel yang paling dominan atau independen memicu kecanduan media sosial, lebih tepat disebut sebagai latar belakang psikososial yang pengaruhnya tersalurkan melalui variabel lain. Oleh karena itu, dalam kondisi tertentu, pengaruh kesepian terhadap kecanduan media sosial dapat tereduksi oleh dominannya pengaruh perilaku narsistik sebagai prediktor utama. Menurut Russell (1996) kesepian sebagai kondisi psikologis yang muncul akibat tidak terpenuhinya kebutuhan akan hubungan sosial, tampaknya memiliki dampak yang lebih kecil dalam kasus individu dengan tingkat perilaku narsistik yang tinggi terhadap kecanduan media sosial. Hal ini disebabkan oleh adanya anggapan bahwa individu dengan perilaku narsistik merasa tidak membutuhkan hubungan interpersonal, karena menganggap dirinya lebih unggul dan tidak memedulikan perasaan orang lain (Raskin & Terry, 1988).

Dalam penelitian ini, variabel perilaku narsistik justru menunjukkan pengaruh yang lebih besar terhadap kecenderungan individu mengalami kecanduan media sosial. Hasil penelitian ini selaras dengan pernyataan bahwa perilaku narsistik secara luas diakui dalam literatur ilmiah sebagai faktor risiko yang signifikan terkait dengan kecanduan media sosial dan studi telah banyak dilakukan untuk mengkaji hubungan ini (Akdeniz, 2022; Andreassen dkk., 2017; McCain & Campbell, 2018). Kemudian, hasil penelitian Nguyen dkk. (2025) menemukan bahwa perilaku narsistik di kalangan generasi Z secara signifikan memengaruhi kecanduan media sosial. Nguyen dkk. (2025) berpendapat generasi Z memiliki kebutuhan untuk membuktikan diri dan mengekspresikan diri, terutama melalui media sosial. Mereka melihatnya sebagai alat untuk membuktikan diri dan merasa diakui melalui "*likes*" dan "*comments*", semakin banyak "*likes*", semakin menunjukkan bahwa mereka dikenal luas dan telah menunjukkan diri mereka kepada banyak orang untuk dilihat dan diakui. Temuan ini pun sejalan dengan penelitian Kholisah dan Suhesty (2025) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku narsistik berpengaruh lebih dominan terhadap kecanduan media sosial. Kholisah dan Suhesty (2025) menyebutkan kecenderungan narsistik yang ditandai dengan kebutuhan untuk tampil menarik dan memperoleh perhatian mendorong individu menggunakan media sosial secara lebih intensif. Individu dengan perilaku narsistik cenderung memposting konten yang menampilkan citra diri guna memperoleh validasi sosial

melalui jumlah like dan komentar.

Menurut Susanto dkk. (2021) Individu dengan perilaku narsistik menggunakan media sosial sebagai alat untuk memamerkan kehidupan mereka kepada sebanyak mungkin orang. Untuk menerima umpan balik positif, mereka juga dapat memanipulasi postingan mereka untuk menciptakan citra yang ingin mereka bangun. Sejalan dengan itu, teori *Uses and Gratifications* (Karunia dkk., 2021) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial didorong oleh kebutuhan akan hiburan, interaksi sosial, dan pengakuan dari lingkungan sekitar. Esfahani dkk. (2019) memaparkan bahwa ciri khas dari individu narsistik, seperti kurangnya empati dan keyakinan akan superioritas diri, cenderung mendorong perilaku adiktif terhadap media sosial secara lebih intens. Sejalan dengan pendapat Raskin dan Terry (1988), perilaku narsistik adalah suatu pola cinta-diri yang berlebihan di mana seseorang menilai dirinya sangat superior dan penting, terobsesi pada fantasi kesuksesan, kekuasaan, atau kecemerlangan yang tak terbatas, gemar pamer, merasa berhak atas perlakuan istimewa tanpa tanggung jawab timbal balik, serta cenderung mengeksploitasi orang lain dan kurang memiliki empati.

Penelitian ini mengungkap bahwa ketika kedua variabel, kesepian dan perilaku narsistik dipertimbangkan bersama-sama, keduanya tidak menunjukkan pengaruh yang konsisten terhadap kecanduan media sosial. Namun ketika dianalisis secara terpisah, hanya perilaku narsistik yang terbukti menjadi pendorong kuat bagi kecanduan media sosial. Sebaliknya, kesepian ternyata bukanlah faktor utama atas kecanduan media sosial dalam kelompok *emerging adulthood* ini. Hasil tersebut meneguhkan gagasan bahwa dorongan untuk mencari validasi eksternal, seperti mendapatkan “like” dan tampil sempurna yang melekat pada perilaku narsistik, lebih menentukan pola interaksi digital seseorang daripada sekadar perasaan kesepian. Kesepian, dalam konteks ini, tampak berfungsi lebih sebagai latar belakang emosional yang pengaruhnya mungkin tersalurkan melalui faktor-faktor lain, tanpa menjadi faktor utama dari kecanduan media sosial itu sendiri.

Hal yang menarik pada penelitian ini terlihat pada data demografi responden, di mana mayoritas responden menggunakan platform media sosial TikTok untuk menonton video hiburan dengan rata-rata penggunaan harian 5 – 7 jam dan lebih dari 7 jam per hari. Menurut Smith dan Short (dalam Yao dkk., 2022) TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek untuk merekam kehidupan mereka. Fitur ini memberikan banyak hiburan bagi pengguna, namun juga menjadi bentuk baru kecanduan media sosial. Temuan serupa dilaporkan oleh Tamonob dkk. (2023) bahwa format video pendek pada aplikasi TikTok menyebabkan remaja mengalami kecanduan dengan rata-rata penggunaan 5 – 10 jam per hari. Penelitian Gu dkk. (dalam Jain dkk., 2025) juga menemukan bahwa penggunaan TikTok secara intens dan harian berkorelasi dengan tingkat kecanduan yang lebih tinggi. Selain itu, Tiam dkk. (dalam Jain dkk., 2025) menyatakan bahwa pengguna terdorong untuk berinteraksi berulang kali dengan video dan fitur interaktif TikTok, yang pada akhirnya mendorong penggunaan berlebihan. Liao (2024) menambahkan bahwa format video pendek serta optimasi algoritma rekomendasi yang digunakan untuk menyajikan konten relevan berpotensi meningkatkan risiko kecanduan media sosial.

Dengan demikian, tingginya intensitas penggunaan TikTok pada penelitian ini tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi pengguna terhadap konten hiburan, tetapi juga diperkuat oleh karakteristik format video pendek dan optimasi algoritma rekomendasi yang secara sistematis dirancang untuk mempertahankan keterlibatan pengguna. Kedua faktor ini berkontribusi lebih signifikan terhadap risiko kecanduan media sosial dibandingkan faktor lain, sehingga menjadi aspek penting yang perlu mendapat perhatian khusus dalam penelitian selanjutnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kesepian dan perilaku narsistik terhadap kecanduan media sosial. Namun secara parsial, hanya perilaku narsistik yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kecanduan media sosial, sedangkan kesepian tidak memberikan kontribusi yang berarti.

Temuan ini memperkuat asumsi bahwa perilaku narsistik di ranah media sosial menjadi faktor yang lebih dominan dalam mendorong individu untuk terlibat secara intensif dengan media sosial. Sementara itu, kesepian dalam konteks ini tidak menjadi pemicu utama terhadap kecanduan media sosial. Sebagai langkah lanjutan, penelitian mendatang dianjurkan untuk memasukkan variabel mediator atau moderator lain seperti kontrol diri, fear of missing out, atau kecemasan sosial, maupun menggunakan desain longitudinal untuk menangkap dinamika perubahan perilaku dari waktu ke waktu. Selain itu, perluasan sampel ke daerah atau kelompok usia berbeda akan memperkuat generalisasi temuan. Penelitian di masa depan juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang lebih kontekstual di era perkembangan media sosial saat ini, seperti format video pendek dan sistem algoritma rekomendasi, yang secara strategis dirancang untuk mempertahankan keterlibatan pengguna dalam ekosistem platform tersebut. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi kajian berikutnya dalam memahami mekanisme kecanduan media sosial serta membantu merancang intervensi yang lebih tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityaputra, A. H., & Salma, S. (2022). Regulasi diri dan kecanduan dalam penggunaan media sosial pada mahasiswa Generasi Z Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 11(6), 386–393. <https://doi.org/10.14710/empati.0.36827>.
- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40(4), 440–450. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2005.03.002>.
- Akdeniz, S. (2022). Personality traits and narcissism in social media predict social media addiction.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>.

- Annur, C. M. (2020, November 23). Data Books. Retrieved from Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia?
- Ariani, M. D., Supradewi, R., & Syafitri, D. U. (2019). Peran kesepian dan pengungkapan diri online terhadap kecanduan internet pada remaja akhir. *Proyeksi*, 14(1), 12–21.
- Baltaci, O. (2019). The predictive relationships between the social media addiction and social anxiety, loneliness, and happiness. *International Journal of Progressive Education*, 15(4), 73–82. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2019.203.6>.
- Canady. (2019). APA Poll: Social media has negative impact on mental health. *Mental Health Weekly*.
- Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Alaedini, Z., Barati, H., Kuss, D., & Ramayah, T. (2020). Social media addiction and empathy: Moderating impact of personality traits among high school students. *Telematics and Informatics*, 57, 101516. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101516>.
- Dariyo, A., & WIdiyanto, M. A. (2013). Pengaruh Kesepian, Motif Persahabatan, dan Komunikasi Online terhadap Penggunaan Internet Kompulsif pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 11, 45-53.
- Filibiana, N. D., & Wibowo, D. H. (2023). Fear of missing out dan kecanduan media sosial pada remaja awal. *Proyeksi: Jurnal Psikologi*, 18(2), 157–165.
- Firdaus, R. A., & Dewi, D. S. E. (2021). Efikasi diri dengan kecenderungan kecanduan internet pada remaja di masa pandemi Covid-19. *Psimphoni*, 10(2), 85–94.
- Gondokusumo, A. L., & Soetjningsih, C. H. (2023). Dukungan sosial dan kesepian pada mahasiswa rantau UKSW dari luar Pulau Jawa. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2). Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia.
- Gnambs, T., & Appel, M. (2017). Narcissism and social networking behavior: A meta-analysis. *Journal of Personality*.
- Hanim, W., & Wahyuni, E. (2023). Gambaran kecanduan internet pada remaja. *Jurnal Educatio: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 9(1), 45–55.
- Hartinah, S., Sriati, A., & Kosasih, C. E. (2019). Gambaran tingkat gejala kecanduan media sosial pada mahasiswa keperawatan Universitas Padjadjaran. *Jurnal Keperawatan BSI*, 7(1), April.
- Jain, L., Velez, L., Karlapati, S., Forand, M., Kannali, R., Yousaf, R. A., Ahmed, R., Sarfraz, Z., Tallo, C. A., & Ahmed, S. (2025). Exploring problematic TikTok use and mental health issues: A systematic review of empirical studies. *Journal of Primary Care & Community Health*, 16, 1–30. <https://doi.org/10.1177/21501319251327303>
- Jamaludin, A., Syarifah, A., & Karyadi, K. (2022). Faktor-faktor penyebab kecanduan media sosial pada mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Edu Dharma Journal: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 6(2).
- Karunia, H. H., Ashri, N., & Irwansyah, D. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- Kholisah, N., & Suhesty, A. (2025). Fear of missing out dan narsisme: Faktor

- pendorong adiksi Instagram di kalangan mahasiswa. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2), 139–152.
- Krisnadi, B., & Adhandayani, A. (2022). Kecanduan media sosial pada dewasa awal: Apakah dampak dari kesepian? *JCA Psikologi*, 3(1), 47–56.
- Krisnawati, E., & Soetjningsih, C. H. (2017). Hubungan antara kesepian dengan selfie-liking pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 122–127.
- Liang, S. (2021). Kecenderungan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram. *Jurnal Experientia*, 9(1), 32–41.
- Liao, M. (2024). Analysis of the causes, psychological mechanisms, and coping strategies of short video addiction in China. *Frontiers in Psychology*, 15, 1391204. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1391204>.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- McCain, J. L., & Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 308.
- Miftahurrahmah, H., & Harahap, F. (2020). Hubungan kecanduan sosial media dengan kesepian pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(1), 153–160.
- Nguyen, T. N. D., Tran, H. Y., Nguyen, G. H. M., Nguyen, Y. K., & Dinh, H. T. M. (2025). Narcissism, Social Media Addiction, Self-Esteem, and Haxeco Traits: Exploring Influences on Life Satisfaction Among Generation Z. *Psychology research and behavior management*, 18, 419–434. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S447067>.
- Nurzanah, F., & Rahardjo, W. (2020). Peran kesepian dan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 286–301.
- Pramitha, R., & Astuti, Y. D. (2021). Hubungan kesejahteraan psikologis dengan kesepian pada mahasiswa yang merantau di Yogyakarta. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 1(10).
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaitte, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., et al. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1–8.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Shaw LH, Gant LM. In Defense of the Internet: The Relationship between Internet Communication and Depression, Loneliness, Self-Esteem, and Perceived Social Support. *Cyber Psychology & Behavior* 2002; 5(2):157–71.
- Susanto, H., Suryani, E., Astiarani, Y., & Kurniawan, F. (2021). Relationship between

- narcissism, self-esteem, and social media addiction in preclinical medical students. *Althea Medical Journal*, 8(1), 50-55.
- Tamonob, M. M., Wutun, M., & Swan, M. V. D. P. (2023). Aplikasi TikTok dan Perilaku Candu Remaja. *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 3(2), 251–264.
- Tjepsukarsan, Z. F., Faradiba, A. T., & Dharma, A. S. (2022). Hubungan antara kepribadian narsisme non-patologis dengan kecanduan situs jejaring sosial pada mahasiswa pengguna TikTok. *JIVA: Journal of Behavior and Mental Health*, 3(2), 78–86.
- Van Den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487.
- Weiss, R. S. (1973). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation*. MIT Press.
- Wu, P., Feng, R., & Zhang, J. (2024). The relationship between loneliness and problematic social media usage in Chinese university students: A longitudinal study. *BMC Psychology*, 12, 13. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01498-4>.
- Yao, Q., Bahiyah, O., & Musetti, A. (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Frontiers in Psychology*, 13, 932805. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.932805>.
- Zanah, F. N., & Rahardjo, W. (2020). Pengaruh kesepian terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 6(2), 115–124.