

Hubungan *Self-Esteem* (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMA

Cici Guspa Dewi¹, Yulidar Ibrahim²

¹² Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: ciciguspawidewi1997@gmail.com

Abstract: This research is motivated by a phenomenon that occurs in the field that the number of students using Instagram social media has narcissistic behavior, and one of the factors that influence narcissistic behavior is self-esteem. Students who have narcissistic behavior usually have low self-esteem because students have a need to get appreciation and appreciation for the formation of self-esteem, and this is the reason individuals use social media, especially Instagram, to fulfill all those needs. This study aims to 1) describe the self-esteem of students, 2) describe the behavior of narcissism Instagram social media users in students, 3) test the significance of the relationship between self-esteem and the narcissism behavior of Instagram social media users in students. This study uses a quantitative method with a descriptive correlational approach. The subject of this study was 50 students of SMA Negeri 1 Gunung Talang who were identified as students who had a tendency to narcissistic behavior. The instruments used were (1) inventory of self-esteem, (2) questionnaire narcissism behavior on Instagram social media users with a Likert Scale model. Data analysis techniques used descriptive and correlational analysis techniques using computer program assistance Product and Service Solution (SPSS) version 20.0. Research findings show that (1) student self-esteem is in the low category, (2) narcissism behavior of Instagram social media users are in the narcissism category, (3) there is a significant negative relationship between self-esteem and the narcissism behavior of Instagram social media users on students with a correlation coefficient of -0.548 and a significant level of 0,000.

Keywords: *Self-Esteem, Narcissism, Instagram*

How to Cite: Cici Guspa Dewi, Yulidar Ibrahim. 2019. Hubungan *Self-Esteem* dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMA. *Konselor*, VV(N): pp. XX-XX, DOI:10.24036/XXXXXXXXXX-X-XX



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2019 by author

Introduction

Perkembangan zaman di era modernisasi memberikan pengaruh bagi kehidupan masyarakat dunia termasuk Indonesia terutama dalam bidang teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Hal itu bisa dilihat dari munculnya internet di kalangan masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, internet pun mengalami perkembangan yang semakin maju, ditandai dengan mudahnya akses internet yang didapat (Rodhin dalam Yola, Daharnis & Marjohan, 2018). Benkler (dalam Zadrian & Indah, 2017) mengemukakan terbentuknya pengembangan konten dan inovasi di bidang internet telah membuka kesempatan pada media sosial untuk melangkah ke arah baru. Media sosial merupakan wilayah baru pada pemakaian internet yang lebih banyak dituju oleh pengguna internet di seluruh dunia. Kondisi ini membuat media sosial sebagai platform yang menyediakan berbagai konten-konten di internet dengan kapasitas besar dan terus berkembang karena sangat aktifnya interaksi antar pengguna di dalamnya (Asch, dkk dalam Zadrian & Indah, 2017).

Salah satu jenis media sosial yaitu *instagram*. *Instagram* digunakan dari berbagai kalangan termasuk remaja. Netrawati, Khairani & Yeni (2018) menjelaskan remaja merupakan individu yang sedang mengalami pubertas dimana perkembangan fisik dan mental berkembang secara pesat. Masa remaja merupakan masa awal untuk menuju proses mencapai dewasa. Pada masa remaja ditandai dengan adanya berbagai perubahan baik secara fisik maupun psikis. Adanya perubahan yang terjadi pada remaja dapat

menimbulkan problema atau masalah tertentu pada dirinya. Prayitno (2006) mengemukakan Idealnya remaja berkembang dengan baik, tidak menampilkan perilaku yang mengarah pada perilaku negatif. Tingkah laku negatif bukan perkembangan remaja yang normal, remaja yang berkembang dengan baik maka akan menampilkan perilaku yang positif.

Pengguna *instagram* dimulai dari anak kecil sampai orangtua. *instagram* digunakan untuk mengunggah foto, video, atau kegiatan yang sedang dilakukan, mengunggah foto dan video di *instagram* sudah menjadi kewajiban penggunanya. Suhartanti (dalam Nur, Taufik & Firman, 2018) menyatakan bahwa untuk menumbuhkan eksistensi di media sosial *instagram*, remaja mengunggah foto diri (*selfie*) atau video yang menarik tentang dirinya di media sosial *instagram* disertai dengan *caption* atau judul yang memperkuat karakteristik foto yang diunggah. Hal tersebut dilakukan agar dapat memikat pengguna lain untuk memberikan komentar positif atau meninggalkan tanda “like” pada foto tersebut.

Instagram menjadi mini album foto di saat senang maupun susah. Perilaku pengguna *instagram* pun tanpa disadari mulai berubah seperti yang biasanya tidak pernah berdandan lalu berdandan pergi ke suatu tempat yang sering muncul di suatu tempat yang sering muncul di *instagram*, dan meniru setiap adegan foto yang sering dilakukan selebgram di *instagram*, itu semua dilakukan agar pengguna tersebut terlihat keren atau istilahnya sering disebut di *instagram* adalah HITS. Sadar tidak sadar pengguna *instagram* jika sedang berkumpul bersama teman-temannya bukan banyak membahas suatu topic, tetapi lebih banyak untuk berfoto lalu mengeditnya dan mengunggahnya di media sosial *instagram*, yang mana ini merupakan bentuk perilaku narsisme (Cecelia, 2016).

Nevid (dalam Apriliani, 2015) mengemukakan perilaku narsisme adalah cinta diri dimana memperhatikan diri secara berlebihan, memiliki keyakinan yang berlebihan tentang dirinya, seperti fantasi akan keberhasilan dan kekuasaan, cinta ideal atau pengakuan akan kecerdasan atau kepandaian. Individu narsisme memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai popularitas, selalu asyik dan hanya tertarik dengan hal-hal yang menyangkut kesenangan diri sendiri.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan di SMA Negeri 1 Gunung Talang Kab. Solok pada tanggal 25 dan 26 Januari 2019 terhadap 8 orang siswa diperoleh data sebagai berikut: 1) siswa memiliki *smartphone* dan menggunakan media sosial di dalamnya, 2) media sosial yang sering dipakai siswa yaitu *instagram*, 3) siswa menggunakan media sosial *instagram* untuk berkomunikasi dengan temannya, 4) siswa menggunakan media sosial *instagram* untuk *upload* foto dan membagikan aktifitas yang dilakukannya, 5) siswa menggunakan media sosial *instagram* agar tetap eksis dan *update* terhadap informasi yang ada agar dibilang tidak ketinggalan zaman oleh teman-temannya, 6) siswa yang menggunakan media sosial *instagram* asik dengan dunianya sendiri bahkan terkadang sampai lupa waktu belajar, 7) siswa merasa bangga jika memiliki jumlah pengikut/ *followers* yang banyak di media sosial *instagram*, 8) siswa *upload* fotonya di media sosial *instagram* dengan tujuan untuk mendapat perhatian orang lain, 9) siswa merasa senang dan bangga jika foto yang dimasukkan ke media sosial *instagram* mendapatkan banyak *like* atau komentar dari pengguna media sosial *instagram* lainnya.

Selanjutnya hasil wawancara peneliti dengan 4 orang siswa pada hari Sabtu tanggal 30 Maret 2019 diperoleh data bahwa rata-rata siswa membuka akun *instagram* 2 sampai lebih dari 20 kali sehari. Siswa memasukkan foto ke *instagram* yaitu foto *selfie*, foto yang mellihatkan bahwa ia sedang berkumpul bersama teman-teman, foto dengan latar belakang tempat yang dikunjungi, foto makanan yang dimakan, foto dengan memakai pakaian yang dibeli, siswa menggunakan *instagram* untuk memperlihatkan pada teman-teman mengenai perkembangan ia saat ini, memperlihatkan bahwa ia pernah mengunjungi suatu tempat, ia sedang dekat dengan seseorang, memperlihatkan perasaannya saat itu misalnya dengan foto sedih atau tertawa, untuk melihat bagaimana perkembangan teman-temannya, dan melihat tren yang berkembang saat itu.

Clarke (dalam Apriliani, 2015) mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku narsisme yaitu *self-esteem*. *Self-esteem* dianggap sebagai hasil evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan memandang dirinya, bagaimana sikap individu dalam menerima, menolak, dan indikasi kepercayaan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan serta keberhargaan menurut standar nilai pribadinya. Menurut Maulina (2017) *self-esteem* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku narsis. Individu dengan kepribadian narsis mempunyai kebutuhan untuk mendapat apresiasi dan penghargaan demi terbentuknya *self-esteem*. Inilah alasan mengapa seseorang menggunakan media sosial salah satunya *instagram* untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Orang dengan kecendrungan narsisme mempunyai *self-esteem* lemah. Individu yang memiliki kepribadian narsisme membutuhkan apresiasi dan penghargaan dari orang lain untuk menaikkan *self-esteem*nya (Adi & Yudiati 2009). Menurut Heris Clemes & Reynold Beaan dalam (Hermivia, Yulidar & Marjohan, 2014) *self-esteem* yang rendah akan tercermin dari perilaku, jika pola karakteristik harga diri yang

rendah terus berkembang, hal itu akan menjadi sebuah kebiasaan yang sukar dihilangkan. Selanjutnya, Nevid (dalam Apriliani, 2015) mengemukakan orang yang menampilkan perilaku narsisme suka memamerkan bagaimana pandangan orang lain mengenai dirinya yang menganggap dirinya spesial, keberhasilan yang telah diraihnyanya. Hal ini dilakukan ketika individu yang narsis merasa harga dirinya rendah ketika menerima kritikan yang mengoreksi kebiasaan dan pola pikirnya, dan individu memiliki kebutuhan akan perhatian yang terus-menerus.

Dari fenomena yang terjadi di lapangan peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebagian siswa menggunakan media sosial *instagram* untuk berkomunikasi, untuk mencari perhatian dan memperoleh penghargaan dari apa yang dilakukannya di media sosial *instagram*, siswa sering *upload* foto atau video di media sosial *instagram* yang bertujuan untuk mendapat perhatian, dan simpati atau komen dari pengguna media sosial lainnya. Dalam hal ini perilaku mereka bisa dikatakan narsis, yang berarti cinta-diri, perhatian yang sangat berlebihan kepada diri sendiri dan memiliki kebutuhan untuk dipuja.

Method

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif korelasional yang bertujuan untuk mendeskripsikan *self-esteem* (X) dan perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa (Y) dan untuk menguji signifikansi hubungan *self-esteem* dengan perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa. Subjek penelitian ini 50 siswa SMA Negeri 1 Gunung Talang yang teridentifikasi sebagai siswa yang memiliki kecenderungan perilaku narsisme. Instrumen yang digunakan adalah (1) inventori (CFSEI) untuk *self-esteem* (2) angket perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* dengan model Skala *Likert*. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan korelasional dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) versi 20,0.

Results and Discussion

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut

1. *Self-Esteem* Siswa Pengguna *Instagram*

Berdasarkan pengolahan data, maka hasil penelitian mengenai *self-esteem* dapat dilihat gambarannya sebagai berikut:

Tabel 1.
Distribusi Frekuensi dan Persentase *Self-Esteem* Siswa (X) Berdasarkan Kategori (n=50)

KATEGORI	SKOR	f	%
Sangat Tinggi (ST)	≥ 30	0	0
Tinggi (T)	27-20	2	4
Sedang (S)	20-26	13	26
Rendah (R)	14-19	25	50
Sangat Rendah (SR)	≤ 13	10	20
Jumlah		50	100

Dilihat dari tabel 1 di atas temuan hasil penelitian ini mengungkapkan dari keseluruhan subjek penelitian yang berjumlah 50 siswa, dapat diketahui *self-esteem* siswa berada pada kategori rendah dengan frekuensi 25 atau dipersentasekan 50% dari skor ideal. Disamping itu terdapat 4% *self-esteem* siswa berada pada kategori tinggi dengan frekuensi 2 siswa, 26% *self-esteem* siswa berada pada kategori sedang dengan frekuensi 13 siswa, dan 20% *self-esteem* siswa berada pada kategori sangat rendah dengan frekuensi 10 siswa. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* siswa pengguna *instagram* berada pada kategori rendah.

Dari hasil penelitian mengenai *self-esteem* siswa secara keseluruhan dapat diketahui bahwa sebagian besar *self-esteem* siswa berada pada kategori rendah. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar siswa SMA memiliki penerimaan atau penghargaan diri yang rendah. Gunawan, dkk (2017) menjelaskan bahwa siswa dengan *self-esteem* rendah adalah siswa yang hilang kepercayaan dirinya dan tidak mampu menilai kemampuan serta atribut-atribut dalam dirinya, siswa dengan *self-esteem*

self-esteem yang rendah tidak yakin dengan ide, kemampuan, dan pandangannya sendiri, siswa merasa lingkungan tidak memberikan perhatian kepada setiap hal yang dilakukannya.

Frischa, Yarmis & Yusri (2015) menyatakan bahwa *self-esteem* merupakan suatu keyakinan individu dengan memandang dan menilai diri sendiri sebagai sosok yang layak, berarti, mampu dan berguna dalam kehidupan, individu dengan *self-esteem* yang sehat akan menerima diri apa adanya. Sebaliknya individu yang memiliki *self-esteem* rendah mengharapkan dirinya sebagai orang lain. Battle dalam Marjohan (1997) membagi *self-esteem* menjadi 3 komponen, 1) yaitu *general self-esteem* yang merupakan gambaran *self-esteem* secara umum, 2) *social self-esteem* meliputi gambaran seseorang disenangi atau tidak oleh orang lain, 3) *personal self-esteem* meliputi perasaan yang muncul pada seseorang saat menghadapi kejadian yang ada dalam kehidupannya.

Dusek (dalam Raudah, Marjohan & Syahniar) menjelaskan bahwa dalam “Konteks sosial”, seperti: keluarga, teman sebaya, dan sekolah dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan harga diri siswa. Menurut Santrock (dalam Raudah, Marjohan & Syahniar, 2014), “ada empat cara yang digunakan untuk meningkatkan harga diri siswa, yaitu (1) mengidentifikasi penyebab rendahnya harga diri dan bidang-bidang kompetensi yang penting bagi diri, (2) menyediakan dukungan emosional dan persetujuan sosial, (3) meningkatkan prestasi, dan (4) meningkatkan keterampilan coping dalam diri.

2. Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial Instagram

Berdasarkan pengolahan data, maka hasil penelitian mengenai *self-esteem* dapat dilihat gambarannya sebagai berikut:

Tabel 2.

Distribusi Frekuensi dan Persentase Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial Instagram pada Siswa SMA berdasarkan Kategori (n=50)

KATEGORI	SKOR	F	%
SangatNarsis (SN)	≥ 130	0	0
Narsis (N)	105-129	29	58
CukupNasis (CN)	80-104	16	32
KurangNasis (KN)	55-79	5	10
TidakNarsis (TN)	≤ 54	0	0
Jumlah		50	100

Dilihat dari tabel 2 di atas temuan hasil penelitian ini mengungkapkan dari keseluruhan subjek penelitian yang berjumlah 50 siswa, diketahui bahwa perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA berada pada kategori narsis dengan frekuensi 29 atau dipersentasekan 58% dari skor ideal. Disamping itu terdapat 32% perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* berada pada kategori cukup narsis dengan frekuensi 16 siswa, dan 10% perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* siswa berada pada kategori kurang narsis dengan frekuensi 5 siswa.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA secara keseluruhan dapat diketahui bahwa siswa berada pada kategori narsis dalam penggunaan media sosial *instagram*. Menurut Arif, A (2017) menjelaskan bahwa bentuk perilaku narsisme yang terjadi di *instagram* yaitu: 1) seringnya menampilkan foto diri, baik sendiri, selfie, maupun bersama kerabat, 2) menampilkan citra diri yang baik pada khalayak untuk dapat mendapat kesan yang baik di hati orang lain, 3) merasa iri dengan apa yang diunggah oleh orang lain, terlebih jika postingan tersebut mendapat tanda *likes* yang banyak, namun juga ingin merasa , orang lain merasa iri dengan postingan dirinya. 4) merasa senang dengan banyaknya *followers*, dan tanda like, 5) menghapus foto atau video yang memiliki *like* atau viewers yang sedikit.

Dari penjelasan di atas mengenai bentuk perilaku narsis yang terjadi di *instagram* sesuai dengan apa yang terjadi pada subjek penelitian ini, yang mana tujuan dari perilaku narsis di media sosial *instagram* ini yaitu untuk mendapatkan perhatian dari orang lain, ingin dikenal dan terlihat

eksis oleh orang lain, menunjukkan superioritas seperti merasa dirinya lebih mampu dari orang lain, ingin orang lain merasa iri terhadap dirinya, dan ingin mendapatkan pujian dari orang lain.

3. Hubungan *Self-Esteem* dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMA

Hasil uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan *product moment* dari SPSS. Sehingga dapat diperoleh korelasi yang dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3.
Korelasi *Self-Esteem* dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMA
Correlations

		Self_Esteem	Perilaku_Narsisme
Self_Esteem	Pearson Correlation	1	-.548**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Perilaku_Narsisme	Pearson Correlation	-.548**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dengan perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA, dengan koefisien sebesar -0,548 dengan nilai signifikan Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dan nilai *Person Correlation* sebesar 1. Setelah melakukan analisis uji korelasi dengan menggunakan program komputer *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) *FOR Windows release 20*, atau menggunakan rumus *Pearson Correlation*, hasil yang diperoleh dari pengajuan hipotesis terungkap terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dengan perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA N 1 Gunung Talang. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, besar korelasi -0,548 memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat. Besar korelasi -0,548 yang bermakna negatif dapat diartikan semakin rendah *self-esteem* yang dimiliki siswa maka semakin tinggi perilaku narsisme penggunaan media sosial *instagram* pada siswa, dan sebaliknya semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki siswa maka semakin rendah perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa.

Hasil penelitian ini senada dengan pendapat Maulina (2017) *self-esteem* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku narsis. Individu dengan kepribadian narsis mempunyai kebutuhan untuk mendapat apresiasi dan penghargaan diri demi terbentuknya *self-esteem*. Inilah alasan mengapa seseorang menggunakan media sosial seperti *instagram* yaitu untuk memenuhi semua kebutuhan tersebut. Senada dengan itu Gerald, dkk (2004: 587) menjelaskan bahwa anak yang diabaikan dengan cara tidak mengembangkan harga diri yang terinternalisasi dan sehat serta sulit menerima berbagai kekurangan mereka. maka mereka berkembang menjadi orang dengan kepribadian narsis, berjuang untuk melambungkan rasa diri mereka dengan mengejar cinta dan penghargaan dari orang lain tanpa henti.

Conclusion

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa: (1) *self-esteem* siswa ditinjau dari aspek *general self-esteem*, *social self-esteem*, dan *personal self-esteem*, berada pada kategori rendah, (2) perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA ditinjau dari aspek pandangan yang dibesar-besarkan mengenai pentingnya diri sendiri, terfokus pada keberhasilan dan kecantikan diri, kebutuhan ekstrem untuk dipuja, perasaan kuat bahwa mereka berhak mendapatkan segala sesuatu, kecenderungan memanfaatkan orang lain, dan iri kepada orang lain berada pada kategori narsis, (3) terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dengan perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA dengan

koefisien korelasi -0,548, yang berarti semakin rendah tingkat *self-esteem* (harga diri) maka semakin tinggi perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa, dan sebaliknya semakin tinggi *self-esteem* siswa maka semakin rendah perilaku narsisme pengguna media sosial *instagram* pada siswa SMA.

References

- Adi & Yudiati. (2009). Harga Diri dan Kecendrungan Narsisme pada Pengguna Friendster. *Jurnal Psikologi* 3 (I), 25-32.
- Apriliani, F. (2015). Narsisme *Facebooker* ditinjau dari *Self-esteem*. *Naskah Publikasi*. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Arif, A. A. (2017). Analisis Sikap Narsisme dalam Aplikasi Instagram (Studi pada Siswa SMA Negeri 2 Bandar Lampung). Lampung: Universitas Bandar Lampung. *Skripsi*. Diterbitkan.
- Cecilia, L. D. (2016). Hubungan antara Harga Diri dengan Kecendrungan Narsistik pada Siswa SMA Kristen 1 Salatiga yang Menggunakan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Psikologi*.
- Frischa, M.Y., Yarmis, S & Yusri, R. (2015). *Self-Esteem* dan Pelayanan Bimbingan dan Konseling yang Dibutuhkan Siswa Kelas Akselerasi. *Jurnal Konselor* 4 (4).
- Gunawan, K, W, dkk. (2017). Pengaruh Pelatihan Pemaafan terhadap Peningkatan *Self-Esteem* Pecandu Narkoba di Program *Re-Entry* Balai Besar Rehabilitasi Badan Narkotika Nasional BNN Lido Bogor. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 8(16).
- Hermivia, O., Yulidar, I & Marjohan. (2014). Hubungan *Self-Esteem* dengan Motivasi Belajar Remaja Panti Asuhan 'Aisyiyah Daerah Cabang Lubuk Begalung Padang. *Jurnal Konse;ong dan Pendidikan* 2 (2) , 14-18.
- Marjohan. (1997). *An Investigation of Factors that Influence Decision Making and their Relationship to Self-Esteem and Locus Of Control Among Minangkabau Students*. *Disertasi*. Australia: University of Tasmania.
- Maulina, A. V. (2017). Hubungan antara Harga Diri dengan Narsis pada Remaja Pengguna Path. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal*.
- Nur, A., Taufik & Firman. (2018). Hubungan *Self-Control* dengan Kecendrungan Narsistik Siswa Pengguna Jejaring Sosial *Instagram* di SMP Negeri 2 Padang. *Jurnal Neo Konseling*.
- Netrawati, Khairani & Yeni., K. (2018). Upaya Guru BK untuk Mengentaskan Masalah-Masalah Perkembangan Remaja dengan Pendekatan Konseling Analisis Transaksional. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*. 2 (1).
- Pangesti, Y. Y. (2017). Dampak Media Sosial terhadap Pola Komunikasi Anak dalam Pembentukan Karakter Sopan Santun di Sekolah Dasar. *Skripsi*. Diterbitkan
- Putri, Y. E., Daharnis, D & Marjohan. (2018). Kontrol Diri Siswa dalam Menggunakan Internet. *Jurnal Konselor*. 7 (3).
- Prayitno. (2006). *Bahan Ajar Psikologi Perkembangan Remaja*. Padang: Angkasa Raya.
- Raudah, Z. D., Marjohan & Syahniar. (2014). Kontribusi Pengasuhan Orangtua dan *Self-Esteem* terhadap Perilaku Bullying. *Jurnal Konselor*. 3 (4).
- Zadrian, A & Indah, S. (2017). *Social Media and Quality of Subjective Well- Being; Counseling Perspective in Digital Era. Proceeding International Counseling and Education Seminar (ICES)*.

