

ABSTRAK

Susi Umiyasyaroh. 210541100100. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Narsistik Pada Karyawan Generasi Z Pengguna Media Sosial di Surabaya. Program Studi Psikologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. 2025.

Generasi Z dikenal sebagai generasi digital yang sangat akrab dengan media sosial, dimana eksistensi diri kerap ditampilkan untuk mendapatkan validasi dan pengakuan. Fenomena ini sering dikaitkan dengan perilaku narsistik, yang mana dibawa oleh generasi Z hingga ke dunia kerja dan berpengaruh terhadap organisasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konsep diri terhadap perilaku narsistik pada karyawan generasi Z pengguna media sosial di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa skala konsep diri dan skala narsistik. Subjek penelitian yakni 270 karyawan generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan bekerja di Surabaya dengan teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku narsistik. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung sebesar (-) 0,344 dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan pada konsep diri terhadap perilaku narsistik. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh negatif yang signifikan antara konsep diri terhadap perilaku narsistik, yang berarti semakin positif konsep diri seseorang maka semakin rendah perilaku narsistik yang dimilikinya. Variabel konsep diri berkontribusi terhadap perilaku narsistik dilihat dari nilai R^2 0,355 atau berkontribusi sebesar 35,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Konsep Diri, Narsistik, Generasi Z, Media Sosial, Karyawan

ABSTRACT

Susi Umiyasyaroh. 210541100100. *The effect of self-concept on narcissistic behavior in Generation Z employees of social Media users in Surabaya. Psychology Study Program. Faculty of social and Cultural Sciences, Trunojoyo University Madura. 2025.*

Generation Z is known as a digital generation that is very familiar with social media, where self-existence is often displayed to get validation and recognition. This phenomenon is often associated with narcissistic behavior, which is carried by Generation Z into the world of work and affect the organization. The purpose of this study was to determine the effect of self-concept on narcissistic tendencies in Generation Z employees of social media users in Surabaya. This study uses a quantitative approach with data collection techniques in the form of self-concept scale and narcissistic scale. The subjects of the study were 270 Generation Z employees who actively use social media and work in Surabaya with data retrieval techniques using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using a simple linear regression test to determine the effect of self-concept on narcissistic tendencies. The results showed a calculated t value of (-) 0.344 with a significance value of $p = 0.000$ ($p < 0.05$), meaning that the hypothesis in this study is accepted, that there is a significant influence on self-concept of narcissistic tendencies. The results of this study showed a significant negative influence between self-concept to narcissistic tendencies, which means that the more positive a person's self-concept, the lower the narcissistic tendencies he has. Self-concept variables contribute to narcissistic behavior seen from the value of R^2 0.355 or contribute 35.5%, while the rest is influenced by other variables outside this study.

Keywords: *self-concept, narcissistic, generation Z, Social Media, employee*