

# Hubungan Antara Narsisme dan Perilaku Mengunggah di Media Sosial: Literatur Review

Iqlima Pratiwi<sup>1</sup>, Suryanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Psikologi, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia. 081217468899  
e-mail: iqlima.pratiwi-2021@psikologi.unair.ac.id<sup>1</sup>, suryanto@psikologi.unair.ac.id<sup>2</sup>

---

## ABSTRAK

### **Kata Kunci:**

Narsisme,  
Media Sosial,  
Perilaku mengunggah,  
Presentasi diri Online

Perkembangan teknologi dan popularitas media sosial telah menciptakan platform di mana individu dapat berbagi berbagai aspek kehidupan pribadi mereka. Hal ini memberikan kebebasan kepada pengguna media sosial untuk menampilkan persona terbaik yang berbeda dari dirinya yang sebenarnya. Keinginan individu untuk menampilkan kepribadian yang baik di media sosial berkaitan dengan kecenderungan narsistik. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui hubungan antara narsisme dan postingan di media sosial. Artikel ini ditulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan literatur. Sebanyak dua belas artikel yang membahas tentang narsisme dan presentasi diri dalam konteks media sosial dimasukkan dalam ulasan ini. Hasil tinjauan literatur menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara narsisme dengan penggunaan media sosial, khususnya perilaku postingan gambar sebagai wadah presentasi dan promosi diri bagi pengguna yang memiliki kecenderungan narsistik. Frekuensi postingan gambar di media sosial berkaitan dengan tingkat narsisme seseorang. Selain itu, tinjauan literatur ini juga menunjukkan bahwa persona yang ditampilkan di media sosial oleh pengguna narsistik berbeda dengan dirinya yang sebenarnya.

## ABSTRACT

### **Keyword:**

Narcissism,  
Social Media,  
Posting behavior,  
Online self-presentation

*The development of technology and the popularity of social media have created a platform where individuals can share various aspects of their personal lives. This gives the freedom to social media users to display the best persona different from the real person. The individual's desire to display a good personality on social media is related to narcissistic tendencies. The purpose of writing this article is to find out the relationship between narcissism and social media posting. This article was written using a qualitative approach with the method of literary review. A total of twelve articles discussing narcissism and self-presentation in the context of social media are included in this review. The results of the literature survey show that there is a correlation between narcissism and the use of social media, the behavior of posting images as a presentation and self-promotion container for users with narcissist tendencies. The frequency of posting images on social media is related to a person's level of narcissism. Besides, this literature review also shows that the personality displayed on social media by a narcissistic user is different from the real person.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memungkinkan individu mengambil foto dan membagikannya di media sosial melalui koneksi internet berkecepatan tinggi yang kuat [1]. Kehadiran internet telah mengubah cara interaksi antar individu dalam konteks komunikasi yang biasanya dilakukan secara langsung, namun demikian telah terjadi pergeseran budaya dari budaya media tradisional ke media digital [2]. Munculnya teknologi berupa internet memudahkan seseorang untuk menampilkan citra diri atau citra fisik yang ingin ditampilkannya di media sosial. Individu dapat menampilkan presentasi diri dalam bentuk apapun di internet, memilih, menyeleksi dan mengedit terlebih dahulu gambar fisik seperti apa yang akan mereka tampilkan di internet [3]. Salah satu aplikasi berbasis internet yang digunakan untuk mengunggah dan bertukar informasi adalah media sosial. Dikutip dari [datareportal.com](https://datareportal.com), analisis tim Kepios, pada awal April 2024 menunjukkan terdapat 5,07 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia atau setara dengan 62,6% dari total populasi global. Kaum muda sering menggunakan beberapa platform media sosial untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga, dan untuk berbagi foto, video, dan kabar terkini mengenai kehidupan mereka [4].

Kebebasan individu dalam penggunaan media sosial saat ini menyebabkan pengguna tidak menampilkan jati dirinya karena dapat membangun citra yang diinginkannya [5]. Adanya fitur seperti menulis status dan mengunggah foto atau video memungkinkan individu untuk berbagi cerita sesuai keinginannya melalui fitur cerita atau caption pada foto atau video yang diunggah untuk mendapatkan like dan komentar positif berupa pujian [6]. Pengguna media sosial merasa diperhatikan dan dihargai ketika foto yang diunggahnya mendapat like atau komentar positif dari orang lain. Para peneliti berpendapat bahwa situs jejaring sosial mungkin menarik bagi orang-orang dengan tingkat narsisme tinggi untuk mempromosikan diri [7]. Sejalan dengan penelitian Natasya, yang menunjukkan bahwa partisipan penelitian menyatakan bahwa mereka merasa menjadi seseorang yang keren dan kekinian setelah mereka mengunggah fotonya di laman media sosial [8]. Media sosial menyediakan platform bagi pengguna narsistik untuk menampilkan diri mereka secara positif dan dengan mudah mengontrol citra mereka sendiri sehingga mereka dapat menampilkan diri mereka secara positif di halaman media sosial mereka [9]. Hal ini didukung oleh temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengguna memperbarui cerita dengan tujuan untuk mempromosikan diri mereka sendiri dan mendapatkan umpan balik termasuk suka dan komentar [10]. Penelitian Martin menunjukkan bahwa narsisme memengaruhi foto yang dipilih perempuan dan laki-laki untuk diunggah di media sosialnya [11]. Kemudahan akses media sosial dalam memfasilitasi individu dengan kecenderungan narsistik untuk menampilkan dirinya secara positif di media sosial menjadi alasan penulis melakukan studi literatur ini. Berdasarkan penjelasan tersebut, tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengkaji narsisme dan hubungannya dengan postingan individu di media sosial.

Narsisme merupakan sikap ekstrim mencintai diri sendiri dengan pemahaman yang mengharapkan diri sendiri menjadi unggul dan sangat penting [12]. Narsisme didefinisikan sebagai dimensi kepribadian berkelanjutan yang berkisar dari kecenderungan narsistik rendah hingga ekstrim [13]. Individu narsistik ditandai dengan pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri, rasa berhak dan mengagungkan diri sendiri serta kebutuhan yang tinggi akan perhatian dan kasih sayang [14]. Individu dengan tingkat narsisme yang tinggi menunjukkan kecenderungan egois yang berlebihan dan fokus pada kebutuhan mereka sendiri [15]. Dalam literatur yang ada, narsisme diklasifikasikan menjadi dua jenis: narsisme terbuka dan narsisme terselubung [1]. Individu dengan narsisme terang-terangan/muluk-muluk memiliki ciri-ciri arogansi, harga diri berlebihan, serta agresi dan keagungan [16]. Sedangkan individu yang memiliki narsisme terselubung/rentan ditandai dengan meningkatnya kepekaan emosional dan ketakutan akan penolakan dan pengabaian [17].

Di era kemajuan teknologi ini, perilaku narsistik terlihat pada unggahan foto di tempat-tempat yang Instagrammable oleh pengguna media sosial. Setiap video atau foto yang diunggah merupakan video atau foto yang dipilih untuk menampilkan sisi terbaik dari dirinya agar hidupnya selalu tampil sempurna dengan tujuan mendapatkan pujian dan apresiasi bahkan meraih popularitas [6]. Lebih lanjut, Reyes menyatakan bahwa orang menggunakan gambar untuk mempromosikan dirinya di media sosial, sehingga mendapatkan kekaguman dari orang lain dan memberikan pandangan yang terkesan berlebihan tentang dirinya [13]. Fenomena ini sesuai dengan Diagnostic and Statistical Manual for Mental Disorders atau DSM V yang menyatakan bahwa salah satu diagnosis individu narsistik adalah melebih-lebihkan apa yang harus mendapat pujian dari orang lain [18].

Media sosial merupakan suatu aplikasi di internet yang digunakan sebagai media komunikasi, sehingga tidak ada jarak dan waktu yang menjadi hambatan dalam berkomunikasi setiap komunitas untuk menciptakan interaksi dengan komunitas lainnya [12]. Literatur sebelumnya menyatakan bahwa media sosial umum digunakan, bahkan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan memiliki lebih dari dua koma sembilan miliar pengguna aktif setiap hari [19]. Berbagai situs media sosial menawarkan platform bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhan presentasi diri mereka [20]. Media sosial telah menciptakan dunia di mana pengguna menampilkan kehidupan mereka di hadapan audiens yang terdiri dari keluarga, teman, kenalan biasa, dan bahkan orang asing [21].

## **II. METODE**

Untuk mengidentifikasi penelitian yang relevan dengan hubungan narsisme dan postingan media sosial, proses pencarian literatur ini menggunakan tiga database utama, antara lain Scopus, ScienceDirect, dan Publish or Perish. Basis data ini mencakup berbagai bidang ilmiah dan sejumlah besar makalah penelitian yang ditinjau oleh rekan sejawat. Dalam prosedur pencarian, istilah narsisme atau narsis digabungkan dengan istilah presentasi diri di media sosial (seperti “postingan di

media sosial” dan “foto yang diunggah”) sebagai kata kunci. Penulis melakukan pencarian teks lengkap untuk mencakup sebanyak mungkin makalah penelitian. Penelusuran dilakukan pada bulan Mei 2024 dengan batas waktu publikasi 5 tahun terakhir. Penulis melakukan pencarian artikel relevan yang diterbitkan maksimal 5 tahun sebelum tanggal pencarian literatur dan menghasilkan total 257 artikel.

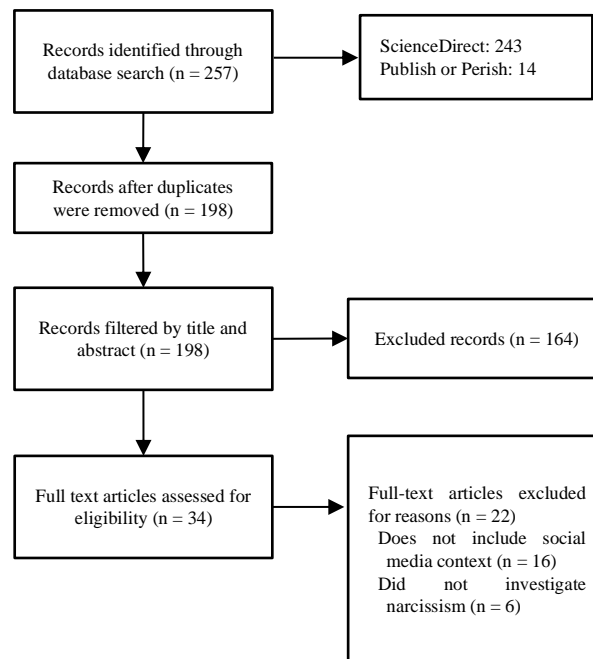
Untuk memilih artikel yang relevan dari hasil pencarian, daftar persyaratan kelayakan dikembangkan. Artikel dipilih jika sesuai dengan kriteria inklusi berikut: (a) mempelajari narsisme; (b) mendiskusikan postingan di media sosial atau presentasi diri; (c) melibatkan konteks media sosial; (d) dipublikasikan pada jurnal yang terindeks Scopus/WoS/SINTA 2; (e) ditulis dalam bahasa Inggris; dan (f) diterbitkan tidak lebih dari 5 tahun sebelum pencarian literatur. Ulasan ini mencakup penelitian kualitatif dan kuantitatif sepanjang mengkaji narsisme dan presentasi diri di media sosial. Ditemukan 257 artikel kemudian dikeluarkan sesuai kriteria inklusi, kemudian seluruh duplikasi database dihilangkan dan tersisa 198 artikel. Kemudian dilakukan pengecekan judul dan abstrak hingga tersisa 34 artikel. Selanjutnya penulis membaca teks lengkap dari 34 artikel yang tersisa untuk menilai relevansinya sesuai dengan persyaratan kelayakan dan topik penelitian. Terakhir, 12 artikel dimasukkan sebagai ulasan dalam tinjauan literatur ini.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan literatur dengan pendekatan kuantitatif yang telah diulas, satu artikel menggunakan sampel remaja, dua artikel menggunakan sampel siswa, dan 8 artikel lainnya tidak menyebutkan secara jelas karakteristik partisipan. Sementara itu, satu artikel tinjauan pustaka menggunakan 14 studi empiris terkait narsisme dan hubungannya dengan penggunaan media sosial yang problematis. Sebagian besar artikel yang direview menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang sering digunakan adalah survei online dan kuesioner. Hanya satu artikel yang menggunakan teknik kualitatif dengan metode tinjauan literatur. Mengenai konteks penelitian ini, semua artikel dilakukan di situs jejaring sosial dan sebagian besar artikel menyelidiki platform tertentu seperti Facebook. Keseluruhan artikel membahas narsisme dan hubungannya dengan penggunaan media sosial. Tujuh artikel secara khusus membahas korelasi narsisme dan postingan gambar di media sosial, satu artikel secara khusus membahas narsisme dan hubungannya dengan penggunaan Facebook yang bermasalah, dan empat artikel lainnya membahas frekuensi penggunaan media sosial.

Dalam mengukur narsisme, digunakan skala yang disesuaikan oleh peneliti masing-masing artikel. Seluruh penelitian menghasilkan temuan bahwa narsisme berkaitan dengan perilaku pengguna media sosial, antara lain presentasi diri di media sosial, frekuensi penggunaan media sosial, dan ketergantungan penggunaan media sosial. Beberapa penelitian secara khusus menemukan bahwa terdapat hubungan antara rasa gugup dengan perilaku mengunggah gambar di media sosial.

**Gambar 1.** Alur proses pencarian artikel



### **Narsisme dan Hubungannya dengan Presentasi Diri di Media Sosial**

Seseorang dengan narsisme tinggi memiliki rasa percaya diri yang berlebihan dan harga diri yang berlebihan dikaitkan dengan frekuensi memposting foto selfie yang lebih tinggi [1]. Perilaku selfie juga memiliki hubungan yang signifikan dengan narsisme [13]. Salah satu faktor yang memotivasi individu untuk mengupdate ceritanya di media sosial adalah presentasi diri untuk mendapatkan perhatian dan popularitas di kalangan sosialnya serta mendapatkan feedback berupa like atau komentar [10]. Narsisme meningkatkan keinginan individu untuk menampilkan dirinya dengan mengunggah foto selfie terbaiknya di media sosial untuk mempromosikan dirinya [21].

Penelitian Martin menemukan bahwa narsisme menjadi faktor di balik motivasi pengguna wanita untuk memposting foto menarik dan sensual di halaman media sosialnya [11]. Hawk juga mengaitkan narsisme dengan mencari perhatian di media sosial dengan mengunggah potret terbaik diri mereka untuk pulih dari penolakan sosial [4]. Yu & Kim menyatakan bahwa pengguna media sosial dengan kecenderungan narsis memperhatikan komentar pengguna lain sehingga berusaha menampilkan presentasi diri yang positif di media sosial [9]. Citra positif yang ditampilkan belum tentu sesuai dengan kepribadiannya di dunia nyata, karena seseorang dengan narsisme memiliki perbedaan besar antara dirinya yang sebenarnya dengan kepribadian yang ditampilkan di media sosial [17].

### **Narsisme dan Hubungannya dengan Penggunaan Media Sosial**

Individu dengan narsisme tinggi yang mendapatkan kepuasan dari like dan komentar positif pada postingannya di media sosial dapat mengalami ketergantungan psikologis terhadap penggunaan media sosial, dalam hal ini Facebook [14]. Tidak hanya dalam hal kecanduan, narsisme juga dapat meningkatkan masalah dalam menggunakan Facebook [22]. Survei online yang dilakukan oleh

Burnell, menghasilkan temuan bahwa penggunaan jejaring sosial dapat bervariasi tergantung pada dimensi narsisme [7]

**Tabel 1.** Hasil literature review

No	Authors	Data collection method	Sample	Research Context	Theory	Results
1	Grieve, R., March, E., & Watkinson, J. (2020).	Questionnaire	155 Adults, 123 females and 32 males (average age 24.07 years)	SNS (Facebook)	Self-presentation	Grandiose narcissism predicts a more congruent presentation of the true self with self-presentation on Facebook, while individuals with vulnerable narcissism have greater differences between the two personas.
2	Shane-Simpson, C., Schwartz, A.M., Abi-Habib, R., Tohme, P., & Obeid, R. (2020)	Online surveys	730 students, Midwest US (n=194), Northeast US (n=276), and Lebanese Republic (n=260), with ages ranging from 18 to 26.	General SNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Self-presentation</li> <li>• Narcissism</li> </ul>	Selfie posts are favored by those with more histrionic tendencies (grandiose narcissism) and that community norms, including norms that shape gender behavior, likely play a role in active use of social media sites.
3	Yu, E., & Kim, H. C. (2020)	Questionnaire	299 women in Seoul, Korea with age range 19-29 years old.	SNS (Facebook)	Narcissistic self-presentation	Narcissistic self-presentation is positively correlated with self-discrepancy.
4	Taylor, D.G. (2020)	Online surveys	674 respondents, 62% were female and 38% were male, with age range under 25 to over 55	Social media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social comparison theory</li> <li>• Self-promotion</li> <li>• Narcissism</li> </ul>	As social media usage increases, so do levels of narcissism and envy
5	Martin, R.M. (2020)	Experiment	236 undergraduate students at mid-sized university,	SNS (Facebook)	Narcissism	Competitiveness and narcissism influence the photos that men and women

			164 women and 72 men with age range from 18 to 46			choose to post on social media.
6	Brailovskaia, J., Bierhoff, H.W., Rohmann, E., Raeder, F., & Margraf, J. (2020)	Online surveys	449 Facebook users, 72.2% women and 27.8% men with age range 18-65.	SNS (Facebook)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Narcissism</li> <li>• Self-presentation</li> </ul>	Narcissistic individuals have a greater risk of becoming dependent on using Facebook.
7	Menon, D. (2022)	Questionnaire	338 users of Facebook, WhatsApp, and Instagram, 62.1% were females and 37.9% were males with age ranged 18 to 42.	Social media (WhatsApp, Instagram, Facebook)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gratifications theory</li> <li>• Gender differences</li> <li>• Narcissism</li> </ul>	Narcissist exhibited high intensity of updating stories on WhatsApp, Instagram, and Facebook.
8	Burnell, K., Ackerman, R.A., Meter, D.J., Ehrenreich, S.E., & Underwood, M.K. (2020)	Online surveys	134 participants, 55% females and 45% males, with average age 22.15.	General SNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Narcissism</li> <li>• Social comparison</li> </ul>	SNS use may vary depending on the dimensions of narcissism.
9	Hawk, ST, van den Eijnden, RJ, van Lissa, CJ, & ter Bogt, TF (2019)	Questionnaire	307 participants, 160 girls and 147 boys, with age range 12 to 15.	Social media	Narcissism	Adolescents with high narcissism and high rejection reported higher levels of attention seeking. Attention seeking in adolescents with narcissism on social media is a way to recover from social rejection which ultimately contributes to ongoing patterns of self-defeating behavior
10	Savci, M., Turan, M.E., Griffiths, M.D., & Ercengiz, M. (2021)	Questionnaire	305 adolescents, 165 girls and 140 boys, aged 14-18 years old.	Social Media	Narcissistic and Histrionic	Histrionic personality has a positive impact on the need for social approval and the desire to be liked. The

						need for social approval and the desire to be liked have a positive impact on social media addiction. Lastly, social media addiction has a positive impact on narcissistic personality beliefs.
11	Reyes, MES, Aquino, KFBT, De Leon, CJO, Muñoz, APP, & Davis, RD (2021)	Questionnaire	439 Fillipinos, 114 males and 325 females, with age range from 18 to 38.	Social media and SNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Narcissism</li> <li>• Gender differences</li> </ul>	There is a statistically significant relationship between narcissism and selfie behavior.
12	Casale, S., & Banchi, V. (2020)	Literature review	14 empirical studies on narcissism and problematic social media use	Social media (Facebook)	Narcissism	Narcissism might be involved in problematic Facebook use, but it might not have consistent effects across social media platforms.

#### IV. SIMPULAN

Penelitian ini mengulas artikel terkait narsisme dan hubungannya dengan penggunaan media sosial, khususnya perilaku mengunggah foto. Penulis menemukan bahwa narsisme berkaitan dengan penggunaan media sosial, khususnya perilaku memposting gambar di akun media sosial individu. Rasa percaya diri dan harga diri yang berlebihan pada individu narsistik berkorelasi dengan frekuensi memposting foto selfie di media sosial untuk mendapatkan feedback positif dari pengguna lain (Shane, et. al., 2020).

Penelitian Savci menghasilkan temuan bahwa individu dengan kepribadian narsistik membutuhkan persetujuan sosial dan ingin disukai oleh lingkungan sekitarnya [23]. Senada dengan Dumas, dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa separuh dari partisipan remaja dalam penelitian tersebut merasakan tekanan untuk mendapatkan perhatian di media sosial [24]. Pemenuhan kebutuhan perhatian di media sosial berupa pemberian like dan komentar positif memberikan kepuasan pada individu dengan tingkat narsisme berlebihan [25]. Didukung oleh penelitian sebelumnya, interaksi yang terjadi di media sosial memberikan akses kepada pengguna dengan narsisme tinggi untuk menampilkan diri guna memenuhi kebutuhan promosi diri di hadapan



banyak orang sehingga mendapat kekaguman dan perhatian dari pengguna lain [14]. Perhatian dan kekaguman orang lain di media sosial berkaitan dengan sifat egois individu narsistik untuk menjaga perasaan keistimewaannya [7].

Kebebasan dalam penggunaan media sosial memberikan kesempatan kepada individu untuk memperkenalkan dirinya kepada pengguna lain dengan mengunggah foto atau video terbaik pilihannya sendiri untuk menampilkan dirinya sesuai keinginan [23]. Hal ini memungkinkan adanya perbedaan antara diri mereka yang sebenarnya dan kepribadian mereka yang ditampilkan di media sosial. Didukung oleh pernyataan [26] dalam penelitiannya bahwa internet dapat mempengaruhi perbedaan diri seseorang di media sosial dengan mengubah cara orang menampilkan diri dan pembentukan diri sebenarnya. Grieve, et. al menyatakan bahwa narsisme muluk memprediksi presentasi yang lebih selaras antara diri nyata dan presentasi diri di Facebook, sedangkan individu dengan narsisme terselubung memiliki perbedaan yang lebih besar antara kedua persona tersebut [17].

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] Shane-Simpson, C., Schwartz, A.M., Abi-Habib, R., Tohme, P., & Obeid, R. (2020). I love my selfies! An investigation of overt and covert narcissism to understand selfie-posting behaviors within three geographic communities. *Computers in Human Behavior*, 104, 106158.
- [2] Ardhiani, O., Harsanti, I., & Fitriani, R. (2023). Self-Portraits (Selfies) on Instagram: The Contribution of Mediated-Self Disclosure to the Self-Esteem of Adolescent Instagram Users. *BroadComm*, 5(1), 1-13.
- [3] Wibowo, WP, Arnani, NPR, & Rini, HP (2023). Tendencies for Narcissistic Behavior in Young Women Using Instagram. *Journal of Education for All*, 1(2), 89-96.
- [4] Hawk, ST, van den Eijnden, RJ, van Lissa, CJ, & ter Bogt, TF (2019). Narcissistic adolescents' attention-seeking following social rejection: Links with social media disclosure, problematic social media use, and smartphone stress. *Computers in Human Behavior*, 92, 65-75.
- [5] Liang, S. (2021). The tendency of narcissistic behavior with the intensity of use of social media Instagram. *EXPERIENTIA: Indonesian Journal of Psychology*, 9(1), 32-41.
- [6] Katkar, K., Brata, D. W., & Savitri, A. D. (2021). Narcissistic Behavior in Adolescent Social Media Users. *Nucleus*, 2(1), 12-17.
- [7] Burnell, K., Ackerman, R.A., Meter, D.J., Ehrenreich, S.E., & Underwood, M.K. (2020). Self-absorbed and socially (network) engaged: Narcissistic traits and social networking site use. *Journal of Research in Personality*, 84, 103898.
- [8] Natasya, F., Vion, V., Anjelika, S., & Heryanto, H. (2020). Narcissistic Tendencies Judging

- from Loneliness in Female Students Using the Instagram Social Media Network, Faculty of Economics, Prima Indonesia University. *Psyche 165 Journal*, 269-273.
- [9] Yu, E., & Kim, H. C. (2020). Is she really happy? A dual-path model of narcissistic self-presentation outcomes for female Facebook users. *Computers in Human Behavior*, 108, 106328.
- [10] Menon, D. (2022). Updating 'Stories' on social media and its relationship to contextual age and narcissism: A tale of three platforms—WhatsApp, Instagram and Facebook. *Heliyon*, 8(5).
- [11] Martin, R. M. (2020). Gender differences in competitiveness and narcissism as exhibited through pictures on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 162, 110011.
- [12] Wijoyo, ER, & Banowo, E. (2023). REPRESENTATION OF HAPPINESS IN INSTAGRAM USERS IN THE FORM OF NARCISCISM. *Journal of Communication Sciences*, 13(1), 1-11.
- [13] Reyes, MES, Aquino, KFBT, De Leon, CJO, Muñoz, APP, & Davis, R.D. (2021). Me, Myself, & I: Narcissistic Personality Traits and Selfie Behavior Among Selected Filipinos. *North American Journal of Psychology*, 23(2).
- [14] Brailovskaia, J., Bierhoff, H. W., Rohmann, E., Raeder, F., & Margraf, J. (2020). The relationship between narcissism, intensity of Facebook use, Facebook flow and Facebook addiction. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100265.
- [15] Liu, J., Cao, J., Hsu, F.C., & Mai, H. (2024). Building a narcissism-based framework of picnics: An eastern cultural perspective. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 46, 100774.
- [16] Kelly, L. (2021). *Selfie or Selfish? The Relationship Between Social Media Use and Narcissism Levels* (Doctoral dissertation, Dublin, National College of Ireland).
- [17] Grieve, R., March, E., & Watkinson, J. (2020). Inauthentic self-presentation on Facebook as a function of vulnerable narcissism and lower self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 102, 144-150.
- [18] Kusuma, AB, Setyanto, AT, & Khasan, M. (2019). Self-Control and Narcissistic Tendencies in Instagram Social Media Users. *Intuition: Journal of Scientific Psychology*, 11(1), 31-36.
- [19] Hollenbaugh, EEEHEE (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of communication research*, 9.
- [20] Schreurs, L., & Vandenbosch, L. (2022). Should I post my very best self? The within-person reciprocal associations between social media literacy, positivity-biased behaviors and adolescents' self-esteem. *Telematics and Informatics*, 73, 101865.
- [21] Taylor, D. G. (2020). Putting the “self” in selfies: how narcissism, envy and self-promotion motivate sharing of travel photos through social media. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 64-77.
- [22] Casale, S., & Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic

- literature review. *Addictive behaviors reports*, 11, 100252.
- [23] Savci, M., Turan, M.E., Griffiths, M.D., & Ercengiz, M. (2021). Histrionic personality, narcissistic personality, and problematic social media use: Testing of a new hypothetical model. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19, 986-1004.
- [24] Dumas, T.M., Tremblay, P.F., Ellis, W., Millett, G., & Maxwell-Smith, M.A. (2023). Does pressure to gain social media attention have consequences for adolescents' friendship closeness and mental health? A longitudinal examination of within-person cross-lagged relationships. *Computers in Human Behavior*, 140, 107591.
- [25] Fegan, R.B., & Bland, A.R. (2021). Social media use and vulnerable narcissism: The differential roles of oversensitivity and egocentricity. *International journal of environmental research and public health*, 18(17), 9172.
- [26] Hu, C., Cao, R., Huang, J., & Wei, Y. (2022). The effects of self-discrepancy on online behavior: a literature review. *Frontiers in psychology*, 13, 883736.