

ABSTRAK

Hieronimus Panji Sebo Neno (01121180065)

PENGARUH *BIG FIVE PERSONALITY* TERHADAP *SELFIE-LIKING* DI INSTAGRAM PADA REMAJA AKHIR DI JABODETABEK

(xiv + 43 halaman: 2 gambar; 28 tabel; 6 lampiran)

Selfie-liking merupakan kecenderungan individu untuk mengambil swafoto dan merasa terhubung secara emosional terhadap aktivitas tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *big five personality* terhadap *selfie-liking* di instagram pada remaja akhir di Jabodetabek. Penelitian ini dilakukan pada sampel usia 18-21 tahun dan selama satu bulan terakhir mengambil dan mengunggah swafoto di *InstaStory* instagram sebanyak 3-6 foto. Adapun total partisipan yang didapat yaitu 100 partisipan. Instrumen yang digunakan yakni *Big Five Inventory* (BFI-44) dan *Selfie-liking Scale*. Hasil mendapatkan bahwa secara bersama *traits big five personality* memiliki pengaruh terhadap *selfie-liking* dengan sumbangan sebesar 14,8%. Tetapi didapatkan hanya *traits conscientiousness* memiliki pengaruh positif ($t = 2.385$, $sig. = .019$) dan *neuroticism* memiliki pengaruh negatif ($t = -2.312$, $sig. = .023$) terhadap *selfie-liking*. Analisa tambahan mendapatkan bahwa tingkat *neuroticism* pada perempuan lebih tinggi daripada laki-laki. Selain itu tidak terdapat perbedaan antara tingkat *selfie-liking* pada laki-laki dan perempuan.

Kata kunci: *big five personality*, *neuroticism*, *conscientiousness*, *selfie-liking*, remaja akhir, instagram, jabodetabek
Referensi: 40 (1992-2020)