



Hubungan Harga Diri dengan Presentasi Diri Remaja Pengguna Instagram

Akbar Reza ^{1*}, Basti Tetteng ²

^{1,2} Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email : akbrrza1044@gmail.com ^{1*}, basti@unm.ac.id ²

Abstract. Adolescence is an important developmental phase for individuals. During this phase, teenagers require direct interaction with their environment. However, face-to-face interactions have decreased due to the rise of social media. One of the social media platforms that can be used is Instagram. Instagram offers engaging features such as photo and video sharing, allowing teenagers to express themselves. The process through which teenagers express themselves on social media is called self-presentation. Teenagers' self-presentation can be positive, authentic, or negative, inauthentic, and is influenced by their self-esteem. Therefore, this study aims to explore the relationship between self-esteem and self-presentation among Instagram users. This research employs a quantitative method with 337 adolescent Instagram users as respondents. The analysis technique used is multiple correlation testing. The findings indicate a positive relationship between self-esteem and self-presentation among Instagram users, with the relationship between self-esteem and real self-presentation showing the strongest contribution, with a correlation coefficient of 0.573. This suggests that the higher the self-esteem, the more positive the self-presentation by the teenage Instagram users. The implications of this study are that teenagers' self-esteem can enhance their self-presentation in a positive way, aligned with their true selves.

Keywords: Adolescents, Instagram, Self-Esteem, Self-Presentation

Abstrak. Masa remaja merupakan fase perkembangan yang penting bagi individu. Pada Fase ini, remaja membutuhkan hubungan langsung dengan lingkungan. Namun interaksi secara langsung di lingkungan mulai berkurang dikarenakan adanya media sosial. Salah satu media sosial yang dapat digunakan adalah Instagram. Instagram memiliki fitur menarik seperti berbagi foto dan video sehingga membuat remaja dapat menunjukkan diri. Proses remaja menunjukkan diri di media sosial disebut dengan presentasi diri. Presentasi diri yang dilakukan remaja dapat bersifat positif, sesuai dengan diri atau negatif, tidak sesuai dengan diri, yang dimana presentasi yang dilakukan remaja dipengaruhi oleh harga diri yang dimiliki. Sehingga tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna instagram. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan responden penelitian berjumlah 337 remaja pengguna Instagram. Teknik analisis yang digunakan adalah uji korelasi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna instagram, yang dimana hubungan harga diri dengan presentasi diri *real* remaja pengguna instagram memiliki sumbangsih terbesar dengan koefisien korelasi sebesar 0,573. Artinya semakin tinggi harga diri semakin positif presentasi diri yang dilakukan remaja pengguna instagram. Implikasi penelitian ini adalah harga diri remaja dapat meningkatkan presentasi diri remaja secara positif, yang sesuai dengan keadaan diri.

Kata Kunci: Harga Diri, Instagram, Presentasi Diri, Remaja

1. PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan fase penting dalam perkembangan individu. Santrock (2003) mengemukakan bahwa masa remaja merupakan periode transisi dari masa anak-anak menuju dewasa yang melibatkan perubahan signifikan dalam hal biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Secara umum, usia remaja berada pada rentang usia 12 hingga 21 tahun. Santrock (2003) mengemukakan bahwa tahap perkembangan yang dilalui remaja terbagi atas tiga fase, yakni fase remaja awal (12-15 tahun), remaja tengah (15-18 tahun), dan remaja akhir (18-21 tahun).

Pada fase remaja salah satu tahap perkembangan yang dilalui adalah perkembangan sosial. Fauziah dan Rusli (2013) mengemukakan bahwa perkembangan sosial melibatkan kemampuan untuk memahami individu lain yang memiliki keunikan dalam hal kegemaran, emosi, nilai, dan persepsi. Hal ini mendorong remaja untuk bersosialisasi dengan teman sebaya maupun dilingkungan masyarakat. Hurlock (2010) mengemukakan bahwa perubahan yang dialami remaja menghasilkan berbagai situasi yang membuat remaja membutuhkan hubungan, penerimaan, dan penghargaan dari lingkungan. Hal ini dapat dicapai melalui interaksi dengan lingkungan sekitar.

Namun saat ini, interaksi langsung remaja di lingkungan mengalami penurunan karena kemajuan teknologi, yang memfasilitasi remaja dalam melakukan interaksi melalui media sosial. Mulyono (2021) mengemukakan bahwa media sosial merupakan platform yang digunakan untuk berinteraksi dan bertukar informasi. Berdasarkan informasi dari Databoks (2023), jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 213 juta pengguna, yang setara dengan 77% dari total keseluruhan populasi di Indonesia yang mencapai 276,4 juta jiwa., laporan tersebut juga menyebutkan bahwa rata-rata pengguna mengakses media sosial kurang lebih 7 jam perhari, dan 98,3% pengguna media sosial menggunakan telepon genggam (*handphone*).

Saat ini terdapat beragam aplikasi media sosial yang tersedia, salah satunya adalah Instagram. Data yang diperoleh dari Kompas (2023) menunjukkan bahwa Instagram berada pada urutan kedua sebagai *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan total pengguna mencapai 86,5%, setelah WhatsApp. Data dari GoodStats (2023) menyebutkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh individu yang berusia antara 18-24 tahun sebesar 30,8%, 25-34 tahun 30,3%, dan usia 35-44 tahun 15,7%. Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa kalangan remaja merupakan pengguna terbanyak media sosial Instagram.

Instagram memiliki berbagai fitur menarik yang tidak dimiliki WhatsApp. Seperti, memiliki beragam jenis filter yang dapat ditambahkan ketika mengupload foto maupun video. Hasanati dan Aviani (2020) mengemukakan bahwa selain dapat membagikan foto dan video, Instagram memiliki beragam jenis filter, Instagram dapat memberikan tanda suka, komentar terhadap unggahan pengguna lainnya, membuat *instagram story*, dan menandai pengguna lain. Hal tersebut membuat remaja lebih tertarik untuk menggunakan Instagram dalam menampilkan diri ke dunia maya.

Instagram sebagai *platform* digunakan diberbagai kalangan khususnya remaja yang digunakan untuk bersosialisasi dan mengungkapkan diri. Sehingga presentasi diri menjadi cara remaja untuk mencapai hal tersebut. Presentasi diri merujuk pada usaha individu untuk melakukan tindakan dengan cara khusus guna menciptakan kesan spesifik tentang diri. Jones dan Pittman (Armani, 2023) mengemukakan bahwa upaya yang dilakukan remaja untuk memberikan kesan kepada individu, didorong oleh berbagai motif yang mendasari. Seperti, keinginan untuk menjadi individu yang positif agar disukai oleh individu lain, menunjukkan kekuatan, dan keinginan untuk dihormati atau dianggap memiliki wibawa.

Presentasi diri yang dilakukan dimedia sosial terkhusus instagram dapat dijelaskan menggunakan teori manajemen kesan oleh Goffman. Goffman (Arifah, mikarsa & Rahardjo, 2023) menjelaskan bahwa, teori ini mengambil sudut pandang dramaturgis yang menggambarkan kehidupan sebagai sebuah pertunjukan di mana individu berperan sebagai aktor. Media sosial dalam konteks teori presentasi diri, dipandang sebagai panggung utama di mana individu sebagai aktor harus konsisten memainkan perannya. Sehingga, individu dapat mempresentasikan diri sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Sebaliknya, kehidupan di dunia nyata dianggap sebagai belakang panggung, tempat di mana ekspresi asli ditampilkan.

Dengan presentasi diri yang dilakukan di Instagram, remaja dapat mengontrol bagaimana individu lain memandang mereka melalui konten, foto, dan video yang di bagikan, maupun profil yang dibuat. Saat ini, Instagram memberikan remaja kesempatan untuk mengekspresikan berbagai bentuk presentasi diri mulai dari menampilkan diri secara *real*, *ideal* dan *false*. Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2014), menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis presentasi diri dalam media sosial, yaitu presentasi diri yang sebenarnya (*real self*), adalah saat individu menampilkan diri yang autentik, sesuai dengan kehidupan nyata. Sementara itu, presentasi diri ideal (*ideal self*), adalah ketika individu menampilkan diri sesuai dengan harapan orang lain atau sesuai dengan citra diri yang diinginkan. Di sisi lain, presentasi diri yang bukan sebenarnya (*false self*) adalah saat individu menyajikan diri dimedia sosial dengan cara yang tidak sepenuhnya jujur, dapat berupa menunjukkan diri yang berbeda dari kenyataan.

Berikut adalah beberapa contoh fenomena di mana individu melakukan presentasi diri dimedia sosial. Menurut informasi dari TribunTrends (2023) seorang wanita di Banjarmasin yang ditinggalkan oleh seorang pria setelah mereka sepakat untuk bertemu, karena wajah aslinya tidak sesuai dengan foto yang diunggah di media sosial. Demikian pula, informasi yang diperoleh dari Porostimur (2022), terjadi kasus serupa di mana seorang wanita yang

berkenalan dengan seorang pria melalui media sosial mengalami kejadian yang sama, di mana sang pria membatalkan rencana pertemuan karena perbedaan antara wajah asli wanita tersebut dengan foto yang ditampilkan berbeda.

Dari contoh kasus di atas, penting bagi individu untuk mempertimbangkan konsekuensi baik dan buruk dari presentasi diri di media sosial. Dampak dari cara individu mempresentasikan diri melalui *platform* seperti Instagram dapat bersifat positif atau negatif, tergantung pada cara melakukannya. Jika presentasi diri dilakukan tidak sesuai dengan diri, dapat menyebabkan dampak negatif seperti kurangnya kepuasan dan penghargaan terhadap diri. Hal ini disebabkan, karena individu mungkin cenderung meniru atau menampilkan kesan yang dianggap menyenangkan, sehingga mengabaikan realitas kehidupan sebenarnya yang mereka jalani.

Latupeirissa dan Wijono (2022) mengemukakan bahwa dampak negatif dari presentasi diri yang tidak sesuai dengan diri (*false*) di Instagram dapat menyebabkan individu merasa negatif terhadap penampilan fisik dan juga berpotensi memberikan dampak psikologis. Sejalan dengan penelitian Skogen, Hjetland, Bøe, Hella, dan Knudsen (2021) yang mengemukakan bahwa presentasi diri palsu dapat berdampak buruk pada kesehatan, termasuk munculnya gejala depresi, kecemasan, dan tingkat stres yang meningkat. Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2014) menjelaskan bahwa cara remaja menampilkan diri di media sosial dapat mempengaruhi sikap yang ingin ditampilkan untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini meliputi menunjukkan aspek diri yang berbeda dari kehidupan sehari-hari, menampilkan standar ideal diri, dan memilih sikap yang akan ditampilkan. Jika presentasi diri didasarkan pada standar yang dipengaruhi oleh individu lain, hal ini dapat memiliki dampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis remaja dengan mengurangi kepuasan terhadap diri dan meningkatkan kecenderungan untuk membandingkan diri dengan individu lain.

Berdasarkan hasil data awal yang telah dilakukan kepada 34 responden, remaja yang berbagi konten pribadi, seperti foto atau kegiatan sehari-hari di media sosial instagram sebanyak 66,7%. menggunakan filter atau efek khusus pada foto sebelum mengunggahnya sebanyak 81%, menggunakan instagram untuk membangun citra atau branding pribadi yang positif sebanyak 76,2%, postingan di Instagram mencerminkan dengan baik "siapa anda" sebagai individu sebanyak 66,7%, dan keseluruhan responden menghapus postingan tertentu di Instagram karena merasa kurang puas dengan penampilan atau pesan yang disampaikan.

Berdasarkan data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa individu yang berbeda gambaran di media sosial dengan kehidupan aslinya ingin menutupi sisi negatif dengan menonjolkan sisi positif agar terlihat menjadi pribadi yang sempurna. Sejalan dengan hasil penelitian Djafarova

dan Trofimenko (Jannah, 2023), menjelaskan bahwa dalam konteks presentasi diri di Instagram, kesan positif yang dibentuk oleh remaja dipengaruhi oleh foto atau video yang di unggah. Remaja yang memiliki keinginan besar untuk membangun hubungan dengan individu lain, akan membuat remaja cenderung menampilkan sisi positif dari diri untuk mendapatkan respon positif dari individu lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Zwier, Arujo, Boukes, dan Willemsen (2011) mengemukakan bahwa remaja yang menggunakan media sosial sering kali menciptakan citra diri yang diharapkan daripada menampilkan diri sebagaimana adanya. Sejalan dengan penelitian Felita, Siahaja, Wijaya, Melisa, Chandra, dan Dahesihsari (2016) mengemukakan bahwa saat berinteraksi di media sosial, remaja sering menampilkan diri sesuai dengan standar atau versi ideal yang berlaku di platform tersebut. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menunjukkan bahwa mereka adalah individu yang istimewa dan berbeda.

Aktivitas menampilkan diri di media sosial memiliki dampak signifikan terhadap cara individu memandang diri. Pentingnya persepsi diri memiliki dampak signifikan terhadap penilaian pribadi tentang sejauh mana individu dalam mengekspresikan diri, dan penilaian tersebut berfokus pada diri. Penilaian yang individu lakukan terhadap diri dikenal sebagai harga diri (*Self-esteem*). Sejalan dengan penelitian Kusumasari dan Hidayati (2014) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang dapat memengaruhi cara individu mempresentasikan diri di media sosial adalah tingkat harga diri yang dimiliki. Santrock (2007) mengemukakan bahwa harga diri merupakan penilaian individu terhadap diri yang bersifat positif maupun negatif. Evaluasi ini mencerminkan cara individu menilai kemampuan dan pencapaian diri, serta sejauh mana hal tersebut diakui oleh individu lain. Individu yang memiliki harga diri tinggi cenderung menerima dan mengakui nilai diri. Evaluasi positif terhadap diri mencakup penghargaan terhadap diri, pengakuan terhadap kelebihan dan potensi yang dimiliki, dan penerimaan terhadap kekurangan yang ada. Di sisi lain, evaluasi negatif terhadap diri meliputi ketidakpuasan dengan kondisi diri, kurangnya penghargaan terhadap kelebihan diri, dan persepsi diri sebagai individu yang selalu kurang.

Yang dan Ying (2021) menyatakan bahwa individu yang berupaya mencapai keseimbangan untuk menyesuaikan diri akan berhasil dalam mempresentasikan diri di media sosial. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi cara individu mempresentasikan diri adalah harga diri. Individu dengan karakteristik baik mampu mempertahankan kontrol diri secara positif tanpa mengorbankan kontrol terhadap diri, sehingga pentingnya harga diri dalam mendukung proses presentasi diri individu.

Latupeirissa dan Wijono (2022) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dan cara individu memperlihatkan diri. Harga diri berperan dalam mendukung individu dalam membangun orientasi sosial yang positif, meningkatkan penerimaan dan penghormatan terhadap diri, serta keterampilan untuk mengatasi tantangan. Selain itu, harga diri juga mendorong individu untuk menetapkan harapan dan tujuan yang positif, yang pada akhirnya membantu individu dalam pengembangan cara mempresentasikan diri. Øverup, Brunson, dan Acitelli (2015) menjelaskan bahwa harga diri memiliki peran krusial dalam cara individu menunjukkan diri di media sosial. sejalan dengan penelitian Fazriyati (Mardhiyah, 2021) mengemukakan bahwa media sosial mencerminkan gambaran individu secara tepat melalui berbagai aktivitas yang di lakukan. Tingkat harga diri individu memiliki dampak pada cara mereka mempresentasikan diri di media sosial. Rui dan Stefanone (Arifah, Mikarsa & Rahardjo, 2023) mengemukakan bahwa individu yang memiliki harga diri rendah cenderung menampilkan diri secara tidak sesuai (*false*). Di sisi lain, individu yang memiliki harga diri tinggi cenderung konsisten dalam menampilkan diri sesuai dengan identitas asli yang dimiliki di kehidupan nyata, yang sering disebut sebagai "diri asli".

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti menyimpulkan bahwa individu dengan harga diri tinggi cenderung menampilkan diri secara asli di Instagram. Hal ini dikarenakan individu dengan harga diri yang tinggi merasa puas dengan kondisi diri dan merasa berharga dalam lingkungan sosial. Sedangkan, individu dengan harga diri rendah cenderung menampilkan diri secara tidak autentik. Hal ini karena individu dengan harga diri rendah cenderung melihat diri sebagai kurang berharga, kurang menghargai diri sendiri, dan tidak puas dengan kondisi diri. Sebagai akibatnya, individu tersebut akan cenderung untuk menunjukkan diri sebagai individu yang lebih baik, walaupun tidak sesuai dengan keadaan atau kondisi dirinya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini harga diri diyakini memegang peran terhadap presentasi diri yang dilakukan remaja. Sehingga, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna instagram.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian korelasional. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada sifat data yang berbentuk angka. Pendekatan korelasional dipilih karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara dua variabel. Dalam penelitian ini difokuskan pada dua variabel, yakni harga diri sebagai variabel independen (variabel bebas) dan presentasi diri sebagai variabel dependen (variabel terikat). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 337

remaja pengguna Instagram yang berusia 18-21 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa *Accidental sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel dimana individu yang bertemu secara kebetulan dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel jika dianggap memenuhi kebutuhan data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi berganda.

Presentasi diri diukur menggunakan skala *Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ), yang dikembangkan oleh Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2014). Instrumen ini telah dimodifikasi untuk pengguna Instagram dan peneliti adaptasi dari penelitian Mardhiyah (2021). Aitem disusun berdasarkan aspek presentasi diri yaitu *real self*, *ideal self*, dan *fake self* yang berjumlah 16 aitem dan tersisa 13 aitem setelah uji coba. Nilai Aiken's V dari skala presentasi diri berada pada rentang 0,57 hingga 0,85 sehingga layak digunakan dalam pengambilan data penelitian. Daya deskriminasi aitem terhadap uji coba skala presentasi diri menunjukkan nilai koefisien korelasi yang bergerak dari angka 0,324 hingga 0,655. Reliabilitas skala presentasi diri menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,862 yang tergolong dalam kategori reliabel.

Harga diri diukur menggunakan skala *Rosenberq Self-Esteem Scale* (RSES), yang dikembangkan oleh Rosenberq (1971). Instrumen ini telah diadaptasi dari penelitian Latupeirissa dan Wijono (2022). Aitem disusun berdasarkan aspek-aspek harga diri yaitu penerimaan diri dan penghormatan diri. dengan jumlah 10 aitem dan tersisa 9 aitem setelah uji coba. Nilai Aiken's V dari skala harga diri berada pada rentang 0,5 hingga 0,85 sehingga layak digunakan untuk pengambilan data penelitian. Daya deskriminasi aitem terhadap uji coba skala harga diri menunjukkan nilai koefisien korelasi bergerak dari angka 0,488 hingga 0,878. Reliabilitas skala harga diri menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,913 yang tergolong dalam kategori reliabel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis menggunakan uji korelasi berganda untuk melihat hubungan harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna instagram, menggunakan bantuan SPSS 26.0 *for windows*. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	R	P	Keterangan
----------	---	---	------------

Harga Diri-Presentasi Diri <i>Real</i>	0,573	0,000	Signifikan
Harga Diri-Presentasi Diri <i>Ideal</i>	0.429	0.000	Signifikan
Harga Diri-Presentasi Diri <i>False</i>	0.117	0.032	Signifikan

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis pada tabel diatas diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri *real* remaja pengguna Instagram dengan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Tabel juga menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,573 yang mengindikasikan bahwa ada hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri real remaja pengguna instagram.

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis pada tabel diatas diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri *ideal* remaja pengguna Instagram dengan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Tabel juga menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,429 yang mengindikasikan bahwa ada hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri ideal remaja pengguna instagram.

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis pada tabel diatas diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri *false* remaja pengguna Instagram dengan nilai $p = 0,032$ ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Tabel juga menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,117 yang mengindikasikan bahwa ada hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri *false* remaja pengguna instagram.

Berdasarkan hasil dari hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna instagram yang dimana hubungan harga diri dengan presentasi diri *real* remaja pengguna instagram memiliki sumbangsih terbesar dengan koefisien korelasi sebesar 0,573.

Hasil Analisis Tambahan

Analisis tambahan pada penelitian ini menggunakan uji anova untuk melihat perbedaan harga diri berdasarkan usia remaja pengguna instagram. Hasil uji anova harga diri berdasarkan usia pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil uji Anova Harga Diri Berdasarkan Usia

Usia	Mean	f	p	Keterangan
18 tahun	23,89	26,348	0,000	Signifikan
19 tahun	23,61			
20 tahun	26,28			
21 tahun	28,85			

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai mean harga diri pada usia 18 tahun sebesar 23,89, 19 tahun sebesar 23,61, 20 tahun sebesar 26,28, dan 21 tahun sebesar 28,85. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan secara deskriptif bahwa harga diri paling tinggi berada pada individu yang berusia 21 tahun, yakni sebesar 28,85. Berdasarkan hasil analisis anova diatas, diketahui nilai p sebesar 0,000 ($< 0,050$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan harga diri pada keempat kategori usia, yakni 18 tahun, 19 tahun, 20 tahun dan 21 tahun.

Pembahasan Penelitian

Gambaran Deskriptif Harga Diri

Rosenberg (Rozika & Ramdhani, 2016) menyatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi dan persepsi yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri, yang bisa mencakup penilaian positif atau negatif. Yendi, Syukur, dan Rafsyam (2015) mengungkapkan bahwa harga diri adalah keyakinan individu dalam menilai dan menganggap dirinya sebagai individu yang memiliki makna, layak, dan memiliki nilai dalam kehidupannya. Hasil dari analisis deskriptif data menunjukkan bahwa dari 337 responden yang terlibat, terdapat 8 (2,3%) responden dengan kategori rendah, terdapat 259 (76,85%) responden dengan kategori sedang dan 70 (20,77%) responden dengan kategori tinggi. Sehingga, Dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas remaja akhir pengguna instagram memiliki skor harga diri yang sedang, yang artinya individu cenderung menilai dirinya secara positif dan negatif.

Branden (Arini & Alwi, 2024) mengemukakan bahwa individu yang memiliki harga diri sedang mengalami perubahan perasaan antara merasa pantas dan tidak pantas, benar dan salah sebagai individu, perubahan perasaan tersebut terwujud dalam perilaku kadang bertindak dengan bijak dan kadang bertindak ceroboh, sehingga memperkuat ketidakpastian tentang identitas diri individu.

Leary dan Baumeister (2000) mengungkapkan bahwa harga diri yang sedang dapat dilihat sebagai keseimbangan yang baik dalam menerima pengakuan dan penghargaan dari individu lain tanpa terlalu tergantung pada respon sosial untuk merasa baik tentang diri. Harga diri yang sedang mengindikasikan bahwa individu mampu mengakui pencapaian mereka sendiri dan menerima dukungan sosial dengan cara yang sehat.

Coopersmith (1967) menyatakan bahwa individu dengan harga diri sedang memiliki perilaku dan cara bertindak yang serupa dengan individu yang memiliki harga diri tinggi. Perbedaannya terletak pada tingkat keyakinan individu terhadap diri sendiri; individu dengan harga diri sedang cenderung kurang yakin dalam menilai diri mereka sendiri dan lebih mengandalkan penerimaan sosial dari lingkungan sekitar.

Refnadi (2018) menyatakan bahwa individu yang memiliki harga diri tinggi sering kali menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang tinggi, mengapresiasi nilai pribadi, percaya pada kemampuan diri, merasa bermanfaat, dan menganggap keberadaan mereka berarti dalam lingkungan sosial. Sebaliknya, individu yang memiliki harga diri rendah sering merasa tidak berdaya dan tidak berharga. Remaja dengan harga diri rendah enggan untuk mengambil risiko dalam hidup mereka, lebih memilih untuk menghadapi situasi yang sudah dikenal, kurang yakin dengan pemikiran dan perasaan, takut akan penilaian individu lain, mengalami kesulitan dalam berkomunikasi, dan cenderung merasa tidak puas dengan kehidupan.

Data dari hasil uji beda diketahui bahwa harga diri pada remaja pengguna instagram berdasarkan usia terdapat perbedaan rata-rata harga diri pada keempat kategori usia, yakni 18 tahun, 19 tahun, 20 tahun dan 21 tahun. Harga diri pada remaja pengguna instagram secara deskriptif bahwa rata-rata harga diri paling tinggi berada pada individu yang berusia 21 tahun. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Trzensniewski, Robins, Roberts dan Caspi (2003) mengemukakan bahwa seiring bertambahnya usia harga diri yang dimiliki individu akan mengalami peningkatan. Sejalan teori psikososial Erikson (1950) yang mengemukakan bahwa sepanjang perkembangan kehidupan, individu akan melewati serangkaian tantangan psikososial yang akan memengaruhi perkembangan harga diri yang dimiliki oleh individu.

Gambaran Deskriptif Presentasi Diri

Schlenker (Kusumasari & Hidayati, 2014) mengemukakan bahwa presentasi diri merupakan upaya yang dilakukan individu untuk membentuk kesan kepada orang lain. Handayani (Arini & Alwi, 2024) mengemukakan bahwa presentasi diri merupakan perilaku yang secara sengaja dimunculkan individu dengan maksud untuk menimbulkan kesan tertentu agar diterima dan disukai. Presentasi diri yang dilakukan dapat terjadi secara spontan, akan tetapi juga dapat dilakukan dengan cara dibuat.

Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2014), mengemukakan bahwa saat individu melakukan presentasi diri secara online, mereka dapat menampilkan melalui beberapa strategi, yaitu *ideal self*, *real self*, dan *false self*. *Ideal self* merupakan cara individu menggambarkan diri sesuai dengan harapan atau keinginan pribadi maupun orang lain. *Real self* mencakup perasaan dan penampilan yang sesungguhnya, yang dipengaruhi oleh atribusi internal individu. Sementara itu, *false self* merupakan cara individu menunjukkan diri dengan cara yang berbeda dari kenyataan. Individu yang melakukan presentasi diri *false* secara aktif berbohong tentang diri mereka untuk terlihat lebih menarik, menghindari rasa malu, menghindari konflik, meningkatkan harga diri, dan menciptakan citra diri yang positif.

Twomey & O'Reilly (2017) menjelaskan bahwa *real self* dikategorikan sebagai presentasi diri yang autentik karena mencerminkan diri yang sesuai dengan kenyataan. Sebaliknya, *ideal self* dan *false self* termasuk dalam kategori presentasi diri yang tidak autentik karena mereka menampilkan versi diri yang berbeda atau mencerminkan keinginan yang belum tercapai. Data dari hasil analisis deskriptif kategorisasi presentasi diri berdasarkan *false self* menunjukkan bahwa dari 337 responden yang terlibat, terdapat 165 (48,96%) remaja memiliki skor presentasi diri *false* yang tergolong rendah, 127 (37,68%) remaja memiliki skor presentasi diri *false* tergolong sedang, dan 45 (13,35%) remaja memiliki presentasi diri *false* yang tinggi. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa remaja yang berpartisipasi pada penelitian ini cenderung memiliki tingkat presentasi diri *false* yang rendah.

Data dari hasil analisis deskriptif kategorisasi presentasi diri berdasarkan *real self* menunjukkan bahwa dari 337 responden yang terlibat, terdapat 3 (0,89%) remaja memiliki skor presentasi diri *real* yang tergolong rendah, 207 (61,42%) remaja memiliki skor presentasi diri *real* tergolong sedang, dan 127 (37,68%) remaja memiliki presentasi diri *real* yang tinggi. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa remaja yang berpartisipasi pada penelitian ini cenderung memiliki tingkat presentasi diri *real* yang sedang.

Data dari hasil analisis deskriptif kategorisasi presentasi diri berdasarkan *ideal self* menunjukkan bahwa dari 337 responden yang terlibat, terdapat 138 (40,94%) remaja memiliki skor presentasi diri *ideal* yang tergolong rendah, 84 (24,92%) remaja memiliki skor presentasi diri *ideal* tergolong sedang, dan 115 (34,12%) remaja memiliki presentasi diri *ideal* yang tinggi. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa remaja yang berpartisipasi pada penelitian ini cenderung memiliki tingkat presentasi diri *ideal* yang rendah.

Berdasarkan uraian di atas, ditinjau berdasarkan hasil analisis deskriptif berdasarkan aspek *false self*, *real self* dan *ideal self* dapat disimpulkan bahwa remaja pengguna Instagram dalam penelitian ini cenderung memiliki *real self* yang sedang sebanyak 207 (61,42%), yang mengindikasikan bahwa remaja dalam penelitian ini cenderung setuju untuk menampilkan diri sesuai dengan diri asli. Sedangkan berdasarkan aspek *false self* berada pada kategori rendah sebanyak 165 (48,96%) dan *ideal self* yang rendah sebanyak 138 (40,94%), yang mengindikasikan mengindikasikan bahwa remaja dalam penelitian ini cenderung tidak setuju untuk menampilkan presentasi diri yang tidak sesuai dengan diri asli. Sehingga remaja dalam penelitian ini memiliki kecenderungan untuk menampilkan presentasi diri positif atau yang sesuai dengan diri asli (*real*). Gonzales (Susandi & Pujianti, 2014) menyatakan bahwa individu yang melakukan presentasi diri yang positif cenderung menampilkan diri sesuai dengan situasi yang terjadi. Sedangkan individu yang memiliki presentasi diri yang negatif

cenderung menampilkan diri berbeda dengan keadaan diri. Setiawan dan Audie (Arnani, 2023) menyatakan bahwa dalam mempresentasikan diri secara online melalui Instagram, individu harus mengelola penampilan dengan berbagai metode yang berbeda. Individu memiliki berbagai cara untuk mengekspresikan citra diri mereka, baik secara nyata yang sesuai dengan diri maupun tidak sesuai dengan diri.

Hubungan Harga Diri dengan Presentasi Diri Remaja Pengguna Instagram

Hasil uji hipotesis pertama menggunakan uji korelasi berganda menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri *real* remaja pengguna Instagram, dengan koefisien korelasi sebesar 0,573 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,005$). Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri *ideal* remaja pengguna Instagram, dengan koefisien korelasi sebesar 0,429 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,005$). Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri *false* remaja pengguna Instagram, dengan koefisien korelasi sebesar 0,117 dan nilai signifikansi sebesar 0,032 ($p < 0,005$).

Berdasarkan hasil dari hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna instagram yang dimana hubungan harga diri presentasi diri *real* remaja pengguna instagram memiliki sumbangsih terbesar dengan koefisien korelasi sebesar 0,573. Sehingga temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi harga diri yang dimiliki maka remaja akan cenderung melakukan presentasi diri yang *real*. Sebaliknya, semakin rendah harga diri yang dimiliki maka remaja akan cenderung melakukan presentasi diri yang *false*.

Pernyataan di atas didukung dalam penelitian Arifah, Mikarsa dan Ruhardjo (2023) yang mengemukakan bahwa individu dapat memilih cara untuk mempresentasikan diri di media sosial, individu dapat menampilkan diri yang autentik (kesan yang sesuai dengan diri) atau bahkan menampilkan diri yang salah (kesan yang sama sekali berbeda dari diri). Dimana hal tersebut dapat dipengaruhi oleh tingkat harga diri yang dimiliki, individu yang memiliki harga diri tinggi biasanya melakukan presentasi diri secara autentik, sementara individu yang memiliki harga diri rendah cenderung menampilkan citra diri yang tidak jujur atau palsu.

Sejalan dengan pernyataan Twomey dan O'Reilly (Jannah, 2023) mengemukakan bahwa, remaja yang melakukan presentasi diri *false* di media sosial sering kali memiliki tingkat harga diri yang rendah. Hal ini disebabkan oleh kekhawatiran akan persepsi individu lain dan tidak dapat menerima penolakan. Di sisi lain, remaja yang melakukan presentasi diri *real*, dengan menunjukkan diri apa adanya cenderung memiliki harga diri yang lebih tinggi.

Dampak dari perilaku ini akan peningkatan kebahagiaan, kesejahteraan, dan efek positif terhadap sikap dan perilaku remaja. Metzler dan Scheithauer (Sari & Sa'id, 2023) mengemukakan bahwa individu dengan harga diri tinggi akan mengekspresikan diri dengan cara yang menghargai diri, seperti menampilkan versi diri yang real dan memastikan bahwa presentasi diri konsisten antara dunia online dan kehidupan nyata. Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas penelitian ini didukung dengan temuan beberapa studi sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Kuncoro (2023) menjelaskan bahwa adanya hubungan positif antara tingkat harga diri individu dengan cara mereka mempresentasikan diri di Instagram. Ini menunjukkan bahwa individu dengan harga diri tinggi cenderung menampilkan diri secara lebih positif di media sosial. Penemuan ini juga sejalan dengan penelitian oleh Rozika dan Ramdhani (2018), yang menunjukkan adanya korelasi positif antara tingkat harga diri individu dan cara mereka mempresentasikan diri.

Penelitian Islami, Merida, dan Novianti (2022) menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dan presentasi diri remaja yang menggunakan TikTok di Bekasi, dengan nilai signifikansi $<0,05$. Hasil ini mengindikasikan bahwa kedua variabel yang diteliti memiliki hubungan yang signifikan, di mana harga diri remaja berpengaruh terhadap cara individu mempresentasikan diri mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Latupeirissa dan Wijono (2022) yang menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dan presentasi diri pada mahasiswa Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Ini berarti bahwa semakin tinggi harga diri mahasiswa, semakin positif juga presentasi diri yang mereka tunjukkan.

Rosenberg (Rozika dan Ramdhani, 2016) mengemukakan bahwa harga diri merupakan faktor krusial yang membantu individu dalam mempresentasikan diri, dengan cara membandingkan diri dengan individu lain. Yang dan Ying (2021) menyatakan bahwa individu yang berupaya mencapai keseimbangan untuk menyesuaikan diri akan berhasil dalam mempresentasikan diri di media sosial. Salah satu faktor yang memengaruhi cara individu mempresentasikan diri adalah harga diri. Individu dengan karakteristik baik mampu mempertahankan kontrol diri secara positif tanpa mengorbankan kontrol terhadap diri, sehingga pentingnya harga diri dalam mendukung proses presentasi diri individu.

Berdasarkan uraian diatas, disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna instagram berarti semakin tinggi harga diri yang dimiliki maka remaja akan cenderung melakukan presentasi diri *real*. Ketika remaja memiliki harga diri yang tinggi maka remaja akan mampu untuk menerima diri yang dimana hal tersebut akan berdampak terhadap presentasi diri remaja, dimana ia akan melakukan presentasi diri

positif, yang sesuai dengan kondisi diri. Dan sebaliknya, Remaja dengan harga diri rendah cenderung merasa kurang bernilai, kurang menghargai diri, dan tidak puas dengan keadaan diri mereka. Sehingga, remaja akan menampilkan diri secara *false*, yang tidak mencerminkan diri yang sebenarnya atau tidak sesuai dengan kondisi mereka saat ini. Yang dimana hal tersebut memiliki dampak negatif yang akan memengaruhi kesehatan mental dengan meningkatkan tingkat depresi, kecemasan, dan stres pada remaja.

Adapun kelemahan dalam penelitian ini adalah distribusi skala yang dilakukan secara daring, sehingga ada kemungkinan besar bahwa responden tidak sepenuhnya fokus saat mengisi skala. Selain itu, ketimpangan jumlah responden antara laki-laki (N = 124) dan perempuan (N = 213) memerlukan pendekatan yang hati-hati dalam melakukan generalisasi terhadap populasi penelitian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, peneliti menyimpulkan bahwa tingkat harga diri remaja pengguna Instagram sebagian besar berada pada kategori sedang sedangkan hasil analisis deskriptif presentasi diri real remaja pengguna Instagram berada pada kategori sedang, presentasi diri ideal berada pada kategori rendah dan presentasi diri false berada pada kategori rendah. Selain itu, dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, ditemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri remaja pengguna Instagram. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sehingga, temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri, maka remaja akan cenderung melakukan presentasi diri *real*. Sebaliknya, semakin rendah harga diri yang dimiliki, maka remaja akan cenderung melakukan presentasi diri *false*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, P., Mikarsa, H. L., Rahardjo, W. (2023). How Emerging Adults Present Themselves on Social Media: Online Self-Presentation Influenced by SelfEsteem, Narcissistic Personality, and Online Privacy. *Journal of Psychology and Instruction*, 7(2). 114-122. ISSN 25494589.
- Arini, N. Y., Alwi, M. A. (2024). Harga diri dan presentasi diri penyanyi. *Jurnal*
- Arnani, N. P. R. (2023). Presentasi diri online di media sosial instagram. *Journal for Education fo All* 1(2). 155-161.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. USA : W.H. Freeman and Company.

- Databoks. (2023, 9 September). Pengguna internet di Indonesia tembus 2013 juta orang hingga awal 2023. (Online), (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-diindonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>, Diakses 5 Januari 2023).
- Diri Remaja Pengguna TikTok. *Journal of Psychological Students* 1(2). 1-10. DOI: 10.15575/jops.v1i2.16718
- Erikson, E. H. (1950). *Childhood and Society*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- Fauziah, R. S. P., & Rusli, R., K. (2013). Pertumbuhan dan perkembangan peserta didik secara sosial students development on social aspect. *Jurnal Sosial Humaniora*, 4(2). 101-107. ISSN 2087-4928.
- Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., & Dahesihsari, R. (2016). Pemakaian media sosial dan self concept pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA* 5(1), 30- 41.
- GoodStats. (2023, 29 Mei). Pengguna Instagram berdasarkan rentang usia 2023. (Online), (<https://data.goodstats.id/statistic/agnesfanyayonatan/penggunainstagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>, Diakses 5 Januari 2023).
- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison Dengan Self Esteem Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusi*, 4(3). 23912399. ISSN 2614-3097.
- Hurlock, E. (2010). *Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang hidup edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Islami, D. M., Merida, S. C., & Novianti, R. (2022). Harga Diri Dengan Presentasi
- Jannah, M. (2023). *Self-Presentation Remaja Pengguna Media Sosial di Sulawesi Selatan (Mengonfirmasi Teori Online Self-Presentation Michikyan DKK)*. (Skripsi). Makassar: Fakultas Kedokteran Program Studi Psikologi Universitas Hasanuddin.
- Kompas.com (2023, 14 Februari). 15 Medsos favorit orang indonesia, nomor 1 bukan Instagram. (Online), (<https://amp.kompas.com/tekn/read/2023/02/14/10300097/15-medsosfavorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram>, Diakses 5 Januari 2023).
- Kusumasari, H., & Hidayati, D. S. (2014). Rasa Malu dan Presentasi Diri. Remaja di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan* 4(2), 91–105. ISSN 20871708
- Latupeirissa, A., & Wijono, S. (2022). Hubungan self-esteem dengan selfpresentation pada mahasiswa pengguna media sosial instagram. *Bulletin of counseling and Psychotherapy*, 4(2). 226-234. ISSN 2656-1050.
- Leary, M. R., Baumeister, R. F. (2000). The Nature And Function Of Self-Esteem: Sociometer Theory. *Advances In Experimental Sosial Psychology* 32. 1-62.
- Mardhiyah. (2021). *Hubungan Antara Self-Esteem Dengan Self-Presentation Pada Pengguna Instagram*. (Skripsi). Riau: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau.

- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can you guess who i am? Real, ideal and false self-presentation on facebook among emerging adult. of *Emerging Adulthood*, 3(1). 1-10. Doi.org/10.1177/2167696814532442
- Mulyono, F. (2021). Dampak Media Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Simki Economic*, 4(1). 57-65. ISSN 2599-0748.
- Overup, C. S., Brunson, J. A., & Acitelli, L. K. (2015). Presenting different selves to different people: Self-presentation as a function of relationship type and contingent self-esteem. *Journal of General Psychology* 142(4), 213–237. Doi.org/10.1080/00221309.2015.1065787
- Porostimur.com (2022, 17 Juni). Wajah asli tak sesuai foto, cowok ini urungkan niat temui cewek kenalnya. (Online), (<https://porostimur.com/wajah-aslitak-sesuai-foto-cowok-ini-urungkan-niat-temui-cewek-kenalnya/>, Diakses 7 Januari 2023).
- Psikologi Talenta Mahasiswa* 3(3). 46-52. ISSN 2807-789X
- Putri, D. A., Kuncoro, J. (2023). Hubungan antara harga diri dan kesadaran diri dengan presentasi diri pada pengguna media sosial. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung* 1(15). 216-225. ISSN 2963-2730
- Refnadi, R. (2018). Konsep Self-Esteem Serta Implikasinya Pada Siswa. *Jurnal Educatio*, 4(1). 16-22. Doi.org/10.29210/120182133
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan Harga Diri Dan Body Image Dengan Online Self-Presentation Pada Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal Of Psychology*, 8(3). 172-183. ISSN 2407-7798
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: perkembangan remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan anak jilid 1 edisi ke kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, D. P., & Sa'id, M. (2023). For Your Page TikTok: The Influence of SelfEsteem on Online Self-Presentation in Teenagers. *Jurnal Sains Psikologi* 12(2). 274-283. Doi.org/10.17977/um023v12i2023
- Skogen, J. C., Hjetland, G. J., Boe, T., Hella, R. T., & Knudsen, A. K. (2021). Through the Looking Glass of Social Media. Focus on Self-Presentation and Association with Mental Health and Quality of Life. A Cross-Sectional SurveyBased Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6). 1-17. Doi:10.3390/ijerph18063319.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Afabeta.
- Susandi, D. O. C., Pujiarti, K. (2014). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial Facebook. (Skripsi). Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- TribunTrends.com (2023, 23 September). Niat ketemuan, wanita ini malah ditelantarkan, ditelepon tak diangkat: wajah tak sesuai foto profil. (Online), (<https://trends.tribunnews.com/2023/09/23/niat-ketemuan-wanita->

inimalahditelantarkan-ditelepon-tak-diangkat-wajah-tak-sesuai-foto-profil, Diakses 7 Januari 2023).

- Trzensniewski, K. H., Robins, R. W., Roberts, B. W., & Caspi, A. (2003). Personality and Self-esteem development across the life span. *Advances in Cell Aging and Gerontology*. 163-185. Doi: 10.1016/s1566-3124(03)15006-7.
- Twomey, C., & O'Reilly, G. (2017). Associations of Self-Presentation on Facebook with Mental Health and Personality Variables: A Systematic Review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 587–595. Doi.org/10.1089/cyber.2017.0247
- Yang, C., & Brown, B. B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self-Development During the College Transition. *Journal of Youth and Adolescence* 45(2). 402–416. Doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y
- Yang, T. & Ying, Q. (2021). Online Self-Presentation Strategies and Fullfillment of Psychological Nedd of Chinese Sojourners in the United States. *Frontiers in Psychology* 11. 1-9. Doi.org/10.3389/fpsyg.2020.586204.
- Yendi, F. M., Syukur, Y., & Rafsyam, Y. (2015). Self-esteem dan pelayanan bimbingan dan konseling yang dibutuhkan siswa kelas akselerasi. *Jurnal Konselor* 4(4). 191-195. ISSN 1412-9760
- Zwier, S., Araujo, T., Boukes, M., & Willemsen, L. (2011). Boundaries to the articulation of possible selves through social networking sites: The case of Facebook profilers' social connectedness. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking* 14(10), 571-576. Doi: [10.1089/cyber.2010.0612](https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0612)

