

**HUBUNGAN PENERIMAAN DIRI DAN PRESENTASI DIRI ONLINE
DENGAN HARGA DIRI SEBAGAI MEDIATOR PADA REMAJA
PENGGUNA INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**



Disusun oleh :

Azka Sonia Abaza

17107010147

Pembimbing :

Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A

NIP:19840703 201503 2 002

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-481/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : Hubungan Penerimaan Diri dan Presentasi Diri Online dengan Harga Diri Sebagai Mediator Pada Remaja Pengguna Instagram

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AZKA SONIA ABAZA
Nomor Induk Mahasiswa : 17107010147
Telah diujikan pada : Senin, 25 April 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6298357e2e8db



Penguji I
Zidni Immawan Muslimin, S.Psi, M.Si
SIGNED

Valid ID: 62a2bb523e7fb



Penguji II
Fitriana Widyastuti, S.Psi., M.Psi.
SIGNED

Valid ID: 6294774151e8a

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 25 April 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62a2e70f8bc5c

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : Azka Sonia Abaza

NIM : 17107010147

Prodi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tugas akhir skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiasi karya milik orang lain.

Apabila dikemudian hari dalam skripsi saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Maret 2022

Yang menyatakan



Azka Sonia Abaza

NIM. 17107010147

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wr.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Azka Sonia Abaza

NIM : 17107010147

Prodi : Psikologi

Judul : Hubungan Penerimaan diri dan Presentasi Diri Online dengan Harga Diri Sebagai Mediator Pada Remaja Pengguna Instagram.

Sudah dapat diajukan Kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam program studi Psikologi.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 13 Maret 2022



Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A

NIP:19840703 201503 2 002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“It’s Never Too Late To Start Something”

“What We Get is What We Do”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga karya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Sebagai rasa terima kasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya ini kepada. :

ALMAMATER

Fakultas Sosial dan Humaniora
Program Studi Psikologi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

DOSEN PEMBIMBING

Kepada yang terhormat,
Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A

KELUARGA

Kepada yang terhormat orang tua dan saudara saya.

REKAN SEPERJUANGAN

Rekan-rekan Psikologi Angkatan 2017 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Atas perolongan dan kemudahan dari Allah SWT serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulisan skripsi dapat terselesaikan dengan judul “ Hubungan Penerimaan Diri dan Presentasi Diri Onlie dengan Harga Diri Sebagai Mediator Pada Remaja Pengguna Instagram”. Penelitian ini diajukan kepada Fakultas Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi).

Selama penyusunan skripsi ini peneliti menyadari dapat terselesaikan atas dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Lisnawati, S.Psi., M.Psi., Psikolog, Selaku Ketua Prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Rita Setyani Hadi Sukirno, M.Psi., Psi, Selaku Dosen Penasehat Akademik. Terimakasih atas bimbingan, masukan dan saran yang telah diberikan selama ini.
5. Ibu Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A, Selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang senantiasa telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.
6. Bapak Zidni Immawan M, S.Psi., M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan banyak masukan pada penelitian ini.
7. Ibu Fitriana Widyastuti, S.Psi., M,Psi selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan banyak masukan dalam penelitian ini.
8. Seluruh Dosen Prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah berkenan memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman, serta seluruh staf bidang tata usaha yang telah membantu dalam proses penelitian ini.

9. Kepada seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi skala melalui *link google form* dalam penelitian ini.
10. Kepada seluruh pihak yang telah bersedia memberi bantuan dalam penyebaran skala untuk responden.
11. Orangtua saya dan kakak saya yang telah senantiasa memberikan dukungan dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh rekan-rekan Psikologi Angkatan 2017 UIN Sunan Kalijaga atas kebersamaan dan pengalaman selama belajar mendalami ilmu psikologi.

Dalam skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan meskipun peneliti telah berusaha semaksimal mungkin. Oleh sebab itu, peneliti mengharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaiki di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga Allha SWT membalas kebaikan pada seluruh pihak yang telah berkontribusi atas bantuan dan kebaikannya yang telah diberikan kepada peneliti. Semoga penelitian skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi kita semua dan khususnya bagi program studi Psikologi.

Yogyakarta, 13 Maret 2022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Peneliti,



Azka Sonia Abaza

NIM.17107010147

Hubungan Penerimaan Diri dan Presentasi Diri Online dengan Harga Diri Sebagai Mediator Pada Remaja Pengguna Instagram

Azka Sonia Abaza

NIM.17107010147

Intisari

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh remaja Indonesia sebagai tempat membangun profil dan berinteraksi dengan orang lain. Penggunaan Instagram tanpa kebijakan dapat memberikan dampak negatif pada pengguna remaja. Aktivitas penggunaan Instagram dapat mempengaruhi pengguna dalam melakukan presentasi diri untuk mendapat kesan dari orang lain, khususnya remaja yang sedang dalam masa perkembangan dalam mencari jati diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan penerimaan diri dan presentasi diri online dengan harga diri sebagai mediator pada remaja pengguna Instagram. Jumlah subjek yang digunakan sebanyak 384 remaja berusia 13-21 tahun yang merupakan pengguna Instagram aktif dari Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional non-experimental dan dianalisis menggunakan uji *path analysis* dengan IBM SPSS *Statistic* 20. Kemudian, penelitian ini di uji menggunakan uji Sobel untuk mengetahui peran harga diri sebagai variabel mediator. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga diri secara signifikan mampu memediasi hubungan penerimaan diri dan presentasi diri dengan kontribusi sebesar 4,9 %. Penerimaan diri secara signifikan memberi pengaruh langsung terhadap harga diri sebesar 0,742. Harga diri memiliki pengaruh langsung terhadap presentasi diri online sebesar 0,253. Penerimaan diri memiliki pengaruh tidak langsung terhadap presentasi diri online sebesar 0,1877.

Kata kunci : Instagram, Presentasi Diri Online, Harga Diri, Penerimaan Diri

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

The Relationship of Self-Acceptance and Online Self-presentation with Self-Esteem as a Mediator in Teenage Instagram Users

Azka Sonia Abaza

NIM.17107010147

Abstract

Instagram is one of the social media that is widely used by Indonesian teenagers as a place to build profiles and interact with other people. The use of Instagram without policies can have a negative impact on teenage users. Instagram usage activities can influence users in presenting themselves to get the impression of others, especially teenagers who are in a period of development in search of identity. This study aims to examine the relationship between self-acceptance and online self-presentation with self-esteem as a mediator in adolescent Instagram users. There were 384 subject aged 13-21 years who are active Instagram users from Indonesia. This study used quantitative korelational approach non-experimental and path analysis as analysis technique by IBM SPSS statistic 20. Subsequently, this study used sobel test to examine the role of Self-Esteem as an intervening variable. Analysis proved that Self-Esteem significantly had 4,9% mediating role relationship Self-Acceptance and Online Self-Presentation, according to the result the hypothesis was accepted. Self-acceptance had a significant direct effect on self-esteem of 0.742. Self-esteem significantly had 0,253 direct effect on online self-presentation. Self-acceptance significantly had 0,1877 indirect effect on online self-presentation.

Keywords: Instagram, Online Self-Presentation, Self-Esteem, Self-Acceptance.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Isi

Halaman Pengesahan	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
Intisari	ix
<i>Abstract</i>	x
Daftar Isi	1
Daftar Tabel	4
BAB I	7
PENDAHULUAN	7
A. Latar Belakang	7
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Keaslian Penelitian	11
BAB II	19
DASAR TEORI	19
A. Presentasi Diri Online	19
1. Definisi Presentasi Diri Online	19
2. Aspek Presentasi Diri Online	19
3. Faktor-Faktor Persentasi Diri Online	20
B. Harga Diri	22
1. Definisi Harga Diri.....	22
2. Aspek Harga Diri.....	22
3. Faktor-Faktor Harga Diri	24
C. Penerimaan Diri	25
1. Definisi Penerimaan Diri	25
2. Aspek Penerimaan Diri	26

D. Remaja	27
1. Definisi Remaja.....	27
2. Batasan Usia Remaja.....	28
E. Instagram	29
F. Dinamika Psikologis Penerimaan Diri dan Presentasi Diri Online dengan Harga Diri Sebagai Mediator.	30
G. Hipotesis	34
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35
A. Identifikasi Variabel	35
B. Definisi Operasional	35
C. Populasi dan Sampel	36
D. Metode Pengumpulan Data	38
1. Skala Presentasi diri online.....	38
2. Skala Harga Diri.....	39
3. Skala Penerimaan diri.....	40
E. Validitas, Seleksi Aitem dan Reliabilitas Alat Ukur	42
1. Uji Validitas	42
2. Seleksi Aitem.....	42
3. Uji Reliabilitas	42
F. Metode Analisis Data	43
1. Uji Normalitas.....	43
2. Uji Linear.....	43
5. Uji Hipotesis	43
BAB IV	44
PELAKSANAAN, HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Persiapan Penelitian	44
B. Pelaksanaan Penelitian	56
C. Orientasi Kancah	57
D. Analisi Data Penelitian	58
E. Pembahasan	69
BAB V	72
KESIMPULAN DAN SARAN	72
A. Kesimpulan	72

B. Saran72

Daftar Pustaka74

LAMPIRAN78



Daftar Tabel

Tabel.1 Blueprint Presentasi Diri Online.....	38
Tabel.2 Blueprint Harga Diri.....	39
Tabel.3 Blueprint Penerimaan Diri.....	40
Tabel.4 Sebaran aitem uji coba skala presenatsi diri online.....	44
Tabel.5 Sebaran aitem uji coba skala harga diri.....	45
Tabel.6 Sebaran aitem uji coba skala penerimaan diri.....	46
Tabel.7 Hasil uji reliabilitas pertama skala presentasi diri.....	48
Tabel.8 Hasil uji reliabilitas kedua skala presentasi diri.....	48
Tabel.9 Sebaran aitem lolos dan gugur skala presenatsi diri.....	48
Tabel.10 Hasil uji reliabilitas ketiga skala presentasi diri.....	49
Tabel.11 Sebaran aitem lolos skala presentasi diri dengan nomor aitem baru.....	50
Tabel.12 Hasil uji reliabilitas pertama skala harga diri.....	51
Tabel.13 Sebaran aitem gugur dan lolos skala harga diri.....	51
Tabel.14 Hasil uji reliabilitas kedua skala harga diri.....	52
Tabel.15 Sebaran aitem lolos skala harga diri dengan nomor aitem baru.....	52
Tabel.16 Hasil uji reliabilitas pertama skala penerimaan diri.....	52
Tabel.17 Seabran aitem lolos dan gugur skala penerimaan diri.....	53
Tabel.18 Hasil uji reliabilitas kedua skala penerimaan diri.....	54
Tabel.19 Sebaran skala penerimaan diri denagn aitem lolos nomor baru.....	54
Tabel.20 Statistik deskriptif.....	59
Tabel.21 Rentang kategori.....	60
Tabel.22 Kategori presenatsi diri.....	60
Tabel.23 Kategori Penerimaan diri.....	61
Tabel.24 Kategori harga diri.....	61
Tabel.25 Uji nornalitas.....	62
Tabel.26 Uji linieritas.....	63
Tabel.27 Uji multikolonieritas.....	63

Tabel.28 Uji Heteroskedastisitas.....	64
Tabel.29 Hasil pengaruh langsung.....	65
Tabel.30 Hasil pengaruh tidak langsung.....	66
Tabel.31 Hasil kesalahan regresi.....	67



Daftar Lampiran

Lampiran.1 Hasil uji validitas professional judgment.....	87
Lampiran.2 Skala uji coba.....	88
Lampiran.3 Skala tabulasi hasil uji coba.....	96
Lampiran.4 Output spss hasil seleksi aitem dan uji reliabilitas.....	107
Lampiran.5 Skala pengambilan data.....	114
Lampiran.6 Tabulasi hasil pengambilan data.....	118
Lampiran.7 Hasil analisis data.....	127
Lampiran.8 Survey preliminary.....	132

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial merupakan perantara yang menyediakan pengguna membangun profil nya untuk bertukar informasi dengan orang lain, berkomunikasi dan mempresentasikan dirinya secara virtual dengan menggunakan jaringan internet (Nasrullah, 2016). Berkembangnya media sosial dan kemudahan dalam mengaksesnya telah menarik banyak pengguna di Indonesia. Pada tahun 2020 survey dari Hootsuite (2020) menunjukkan media sosial memiliki pengguna aktif sebanyak 160 Juta dari 272,1 juta total penduduk Indonesia. Salah satu media sosial terbanyak nomer 4 di Indonesia adalah Instagram dengan 63 juta pengguna aktif. Pengguna Instagram terbagi menjadi 50.8% digunakan perempuan dan 49.2% laki-laki. Pengguna didominasi usia muda dari remaja hingga dewasa awal dengan persentase sebanyak 12,1% untuk usia 13-17 tahun dan 36,1 % berumur 18-24 tahun.

Instagram adalah platform media sosial yang membantu pengguna saling terhubung dengan orang lain melalui foto dan video yang dibagikan di profil Instagram (2021). Instagram menyediakan berbagai layanan fitur yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan presentasi diri. Presentasi diri adalah perilaku seseorang sebagai penampil yang memiliki dorongan motivasi dan proses bagaimana seseorang dalam menunjukkan dirinya untuk memberikan kesan terhadap seseorang dengan tujuan untuk mendapat perhatian dari orang tersebut (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Menurut penelitian Bareket dkk (2016) pengguna media sosial dalam menampilkan dirinya secara online cenderung melibatkan strategi untuk mendapat perhatian dan disukai orang lain

Dayakisni & Hudaniah (2009) menjelaskan seseorang dalam melakukan presentasi diri melalui dua strategi, pertama dengan menambah daya tarik seseorang di hadapan orang lain atau disebut *self enhancement*. Kemudian dengan *other enhancement*, strategi dengan menjadikan orang lain sebagai target untuk mendapat kesan darinya. Menurut Michikyan dkk (2015) perilaku seseorang dalam

menampilkan persentasi diri online akan cenderung memilih perilaku yang ingin ditampilkan untuk mencapai tujuan tertentu. Mulai dari menampilkan sisi diri yang berbeda dari keadaan sesungguhnya di dunia nyata. Menunjukkan standar ideal diri sendiri dan menampilkan diri sesungguhnya di media sosial melalui seleksi perilaku.

Perilaku presentasi diri online tanpa kebijakain dari dalam diri dapat memberikan dampak bagi psikologis. Orientasi presentasi diri online yang positif dapat memberi kesejahteraan psikologis yang baik karena media sosial cenderung dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengasah potensi diri. Begitupun sebaliknya apabila dalam bersosial media persentasi diri didasari akan standar oleh orang lain maka akan berdampak negatif bagi kondisi psikologis karena tidak adanya kepuasan terhadap diri sendiri dan cenderung membandingkan diri sendiri dengan orang lain (Michikyan et al., 2015). Menurut Delamater dkk (2015) individu dalam menampilkan dirinya di sosial media tidak sepenuhnya sesuai dengan kenyataan. Seseorang telah melakukan modifikasi ketika mengunggah sesuatu dalam media sosial supaya terlihat lebih menarik. Modifikasi tersebut berupa pemilihan konten yang akan diunggah dengan malakukan *editing*, pemilihan pose foto hingga menggunakan filter yang dapat memperindah tampilan.

Dorongan presentasi diri online tanpa adanya kontrol yang baik terhadap eksplorasi menampilkan informasi tentang dirinya, dapat menyebabkan dirinya sebagai sasaran perundungan karena kemungkinan dapat memicu respon negatif dari pengguna lain (Dredge et al., 2014). Survey yang dilakukan oleh 32 remaja pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan bahwa rata-rata mereka hampir setiap hari mengakses Instagram lebih dari 2 hingga 5 jam, mereka lebih percaya diri menggunakan filter dan membutuhkan waktu untuk menentukan foto mana yang akan di unggah. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga citranya di media sosial dan membagikan unggahan yang berkaitan dengan diri sesungguhnya hanya untuk teman dekat. Survei yang dilakukan oleh *the Royal Society for Public Health* (RSPH) dan *the Young Health Movement* (YHM) pada 1.479 remaja usia 14-24 tahun mendapati bahwa Instagram berdampak buruk pada kualitas istirahat jam tidur, kecemasan dan penilaian fisik. Survei tersebut menunjukkan bahwa instagram

sebagai platform yang memberi kemudahan memberi filter dan edit, sehingga mendorong pengguna menampilkan versi diri mereka yang positif dan tidak realistis (Wiederhold, 2018). Pengguna Instagram yang cenderung menampilkan sisi baik pada citra dirinya dengan sentuhan modifikasi mengakibatkan munculnya perasaan tidak mampu, kritik terhadap citra tubuh, harapan yang tidak realistis. Selain itu pengaruh *influencer* membuat individu membandingkan kehidupannya sehingga menjadikan harga diri rendah.

Perilaku presentasi diri yang dilakukan secara online di sosial media dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya dapat dipengaruhi karena seseorang memiliki *public self-consciousness* yang tinggi yang menyebabkan adanya kekhawatiran akan penolakan dari orang lain, sehingga mendorong individu untuk melakukan presentasi diri yang ideal (Lee-Won dkk 2014). Studi literatur dari Aiyuda & Syakarofath (2019) menunjukkan presentasi diri memiliki beberapa faktor seperti jenis kelamin, citra diri, *fear of missing out*, kecenderungan narsistik, budaya, kondisi demografis dan harga diri. Menurut Gil-or, et al., (2015) pengguna remaja dengan harga diri rendah cenderung menampilkan citra diri palsu karena adanya kekhawatiran terhadap bagaimana kenyataan dirinya. Kepalsuan tersebut dilakukan untuk mencapai hal yang tidak ada di kondisi nyata, dengan begitu pengguna cenderung memiliki tujuan untuk mendapat respon baik dari orang lain sehingga keadaan ideal yang ia inginkan terpenuhi.

Pengguna media sosial dengan pandangan positif akan lebih menonjolkan diri yang sebenarnya, namun perasaan harga diri yang lebih rendah terhadap dirinya mendorong mereka lebih banyak menampilkan identitas yang palsu (Michikyan et al., 2015). Menurut Tafarodi & Swann Jr (2001) individu dalam merefleksikan harga diri melalui *self-competence* yakni kompetensi seseorang yang mencakup penilaian individu terhadap diri sendiri seperti bakat dan ketrampilan. Adapun *self-liking* yang melibatkan penilaian yang menempatkan dirinya di hadapan masyarakat sosial, hal tersebut meliputi penilaian terhadap identitas maupaun karakter hingga menimbulkan perasaan berharga tidaknya diri sendiri. Pada pengguna media sosial, orang dengan harga diri rendah cenderung memiliki intensitas yang tinggi dalam presentasi diri dan promosi diri dengan mengunggah foto (Mehdzadeh, 2010).

Harga diri yang dialami remaja pengguna sosial media terlebih di Instagram dapat dipengaruhi karena penerimaan diri yang rendah (Oktaviani, 2019). Menurut Qonita & Dahlia (2019) penerimaan diri seseorang yang tinggi akan memunculkan harga diri yang positif dan mampu menumbuhkan rasa cinta terhadap diri sendiri. Penerimaan diri dapat muncul karena adanya keterbukaan pada perasaan, adanya perasaan bahwa dirinya berguna dan diakui oleh orang lain (Oktaviani, 2019). Menurut penelitian dari Yau & Reich (2018) untuk mendapat pengakuan dari orang lain, remaja pengguna sosial media menganggap bahwa menjaga citra positif penting dalam bersosial media, sehingga mereka akan cenderung berpenampilan menarik dan berkepribadian sesuai yang diidealkan. Remaja pengguna Instagram dalam mengunggah foto maupun video didorong oleh kebutuhan untuk menjelaskan citra diri, tampil baik di hadapan orang lain, mendapatkan dukungan dan pengakuan (Setiasih & Puspitasari 2015). Hal tersebut dapat mendorong intensitas seseorang dalam melakukan presentasi diri online secara terus menerus.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Hubungan Penerimaan diri dan Presentasi diri online dengan Harga diri Sebagai Mediator Pada Remaja Pengguna Instagram”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara penerimaan diri dan presentasi diri online dengan harga diri sebagai variabel mediator pada remaja pengguna Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui terdapat hubungan penerimaan diri dan presentasi diri online dengan harga diri sebagai mediator pada remaja pengguna Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran terhadap hubungan penerimaan diri dan online presentasi diri melalui harga diri pada pengguna Instagram. Manfaat lain dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmu dalam ranah psikologi perkembangan dan psikologi sosial terlebih pada remaja dalam menggunakan sosial media khususnya persentasi diri secara online.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Remaja Pengguna Instagram

Apabila penelitian ini terbukti, diharapkan bagi remaja pengguna sosial media Instagram hendaknya mampu meningkatkan penerimaan diri dan harga diri untuk mencapai diri ideal di sosial media yang positif. Mampu dengan baik mengelola dirinya dalam melakukan presentasi diri untuk membangun profil di sosial media.

b. Bagi Orang Tua

Diharapkan penelitian ini dapat memberi gambaran pada orang tua untuk membimbing anak remaja mengelola media sosialnya, terutama dalam melakukan presentasi diri di media sosial untuk menghindari dampak negatif dalam memberikan informasi diri yang berlebihan.

E. Keaslian Penelitian

Sebelumnya penelitian mengenai presentasi diri online pernah dilakukan oleh Rarasati, Hudaniah, & Prasetyaningrum (2019) berjudul "*Strategi Presentasi Diri Pengguna Instagram Ditinjau Dari Tipe Kepribadian*". Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan perbedaan presentasi diri pada 212 pengguna Instagram berusia 18-24 dengan kecenderungan ekstrovert dan introvert. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif komparatif. Pengukuran variabel menggunakan skala *Presentasi diri Strategies*, sedangkan tipe kepribadian diukur menggunakan

Eysenck Personality Inventory. Hasil menunjukkan terdapat perbedaan signifikan pada dimensi *enhancement* dari presentasi diri, dimana pengguna Instagram dengan tipe kepribadian ekstrovert memiliki rata-rata lebih tinggi dari introvert. Sedangkan pada dimensi *ingratitude* dan *supplication* tidak ditemukan perbedaan yang signifikan, namun ditinjau dari tipe kepribadian diketahui pada ekstrovert memiliki rata-rata lebih tinggi dari kepribadian introvert pada kedua dimensi.

Penelitian lain dari Salim, Rahardjo, Tanaya, & Qurani (2017) berjudul “*Are self-presentation of Instagram Users Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear of Missing Out ?*”. menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini merujuk hipotesis pengaruh pada *friendship-contingent self-esteem* dan *fear of missing out* terhadap presentasi diri pengguna Instagram. Partisipan merupakan 362 pengguna Instagram laki-laki maupun perempuan dari latar belakang beberapa provinsi berbeda di Indonesia. Presentasi diri diukur menggunakan adaptasi skala *SelfPresentation Tactics in Social Media*, *Friendship-Contingent Harga diri* menggunakan skala adaptasi *Friendship-Contingent Harga diri scale* dan adaptasi skala *The Fear of Missing Out scale* untuk mengukur variabel mediator *fear of missing out*. Menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) penelitian ini menunjukkan 4 hasil hipotesis. Terdapat 3 hipotesis yang diterima yakni, terdapat pengaruh *presentasi diri* dan *friendship-contingen harga diri* dengan *fear of missing out* sebagai mediatornya, terdapat pengaruh signifikansi *friendship-contingen harga diri* dan *fear of missing out*, terakhir terbukti variabel *fear of missing out* mempengaruhi presentasi diri pada pengguna Instagram. Terdapat satu hipotesis yang ditolak yakni hasil menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari *friendship-contingen harga diri* dan presentasi diri online.

Gil-Or, Levi-Belz, & Turel (2015) juga telah meneliti tentang presentasi diri pada pengguna facebook dengan penelitian berjudul “*The Facebook-self : characteristics and psychological predictors of false*

presentasi diri on Facebook". Metode penelitian menggunakan kuantitatif dan di uji menggunakan anova dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Tujuan penelitian ini untuk menganalisis hubungan *harga diri* dan *authenticity* terhadap *false facebook-self*, serta kontribusi *anxious attachment* dan *avoidant attachmen* sebagai bagian predictor *false facebook-self*. Penelitian ini dilakukan oleh 258 pengguna aktif media sosial facebook berkebangsaan Israel dengan rentang usia 20 hingga 65 tahun. Alat ukur yang digunakan terdiri dari 3 skala, diantaranya *Attachment style questionnaire*, *Authenticity questionnaire* dan *False Facebook-self questionnaire*. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa semakin rendah *harga diri* dan *trait authenticity* seseorang maka mereka akan cenderung melakukan *false presentation* di facebook dengan menunjukkan hal yang tidak sesuai dengan keadaan dirinya yang sesungguhnya di dunia nyata.

Penelitian lain tentang presentasi diri dilakukan Yunita & Amirudin, (2019) dengan judul "*Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Presentasi diri Mahasiswa Perguruan Tinggi Tangerang Selatan*". Menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan pengguna Instagram dan presentasi diri pada mahasiswa perguruan tinggi di Tangerang Selatan. Data diperoleh menggunakan kuesioner dan dokumentasi pada 100 subjek pengguna Instagram dari mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikansi dengan nilai t sebesar 10,59 pada pengguna Instagram dan presentasi diri yang dilakukan oleh partisipan.

Sinta & Pramesti (2020) telah meneliti variabel presentasi diri dalam penelitiannya yang berjudul "*Peran self esteem dan kecenderungan narsisme terhadap presentasi diri pada perempuan pengguna facebook usia dewasa awal di Denpasar*". Adapun metode yang digunakan adalah kuantitatif dan dianalisis dengan regresi ganda. Tujuannya guna mengetahui hubungan harga diri dan kecenderungan narsistik terhadap presentasi diri yang dilakukan pengguna facebook di Denpasar Bali dengan rentang usia

dewasa awal. Penelitian dilakukan kepada 106 pengguna facebook berjenis kelamin perempuan yang berada di Denpasar Bali. Pengumpulan data menggunakan 3 skala yang telah disusun oleh peneliti, diantaranya skala presentasi diri, skala kecenderungan narsistik dan skala *harga diri*. Uji regresi ganda menunjukkan bahwa secara Bersama variabel harga diri dan kecenderungan narsistik mempengaruhi adanya presentasi diri. Peran kedua variabel dalam mempengaruhi presentasi diri sebesar 12,5%.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati & Nurmina (2020) berjudul “*Kontribusi Big Five Personality Terhadap Strategi Presentasi Diri pada Pengguna Instagram*” menggunakan metode kuantitatif. Penelitiannya dilakukan untuk mencari hubungan *big five personality* serta dimensinya terhadap strategi presentasi diri pengguna Instagram. Sebanyak 143 orang pengguna Instagram sebagai partisipan. Data diperoleh melalui skala *big five personality (IPIP-BFI)* mencakup 5 dimensi kepribadian dan skala presentasi diri. Menurut uji analisis regresi ganda diperoleh bahwa big five personality memiliki kontribusi terhadap perilaku presentasi diri sebesar 8,2%. Berdasarkan 5 dimensi menunjukkan extraversion memiliki hubungan signifikan dalam mempengaruhi presentasi diri pengguna Instagram sedangkan 4 dimensi lainnya tidak berkontribusi.

Penelitian lain dari Rozika & Ramadhani (2016) dengan judul “*Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Presentasi diri pada Pengguna Instagram*”. Diteliti dengan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mencari faktor yang dapat mempengaruhi presentasi diri di sosial media terkhusus Instagram. Faktor psikologis yang teliti dalam penelitian ini adalah harga diri dan citra tubuh. Alat ukur menggunakan skala harga diri, skala body image dan skala *presentasi diri online*. Skala diberikan secara online kepada 389 pengguna Instagram yang terdiri dari 283 perempuan dan 106 laki-laki. Berdasarkan uji analisis dengan menggunakan Multiple Regresion Analysis diperoleh diperoleh hasil bahwa hipotesis bergerak positif, yang artinya semakin rendah harga diri dan body image seseorang maka semakin rendah presentasi diri yang dilakukan.

Harga diri dan *body image* dalam mempengaruhi *presentasi diri online* dari penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 3,8 %.

Penelitian mengenai harga diri dan penerimaan diri juga pernah diteliti sebelumnya oleh Oktaviani (2019) berjudul “*Hubungan Penerimaan Diri dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram di Kota Samarinda*”. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari hubungan harga diri dan penerimaan diri remaja pengguna Instagram yang berdomisili di Samarinda. Peneliti menggunakan alat ukur berupa skala harga diri dan skala penerimaan diri. Skala diberikan pada partisipan berjumlah 30 pengguna Instagram dari Kota Samarinda. Menurut uji analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan harga diri dan penerimaan diri pengguna Samarinda dengan arah hipotesis semakin tinggi harga diri maka diikuti dengan semakin tingginya penerimaan diri remaja pengguna Instagram.

Penelitian kuantitatif dari Zhafirah & Dinardinata (2018) berjudul “*Hubungan antara Citra Diri dan Harga Diri Pada Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang*” menggunakan teori *Self-Discrepancy* bertujuan mengetahui hubungan variabel citra diri dan harga diri pada siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. Penelitian dilakukan pada 172 siswi perempuan dengan *proportionate stratified random sampling*. Variabel diukur menggunakan skala yang peneliti buat yaitu skala citra diri dan skala harga diri dengan nilai *cronbach alpha* citra tubuh sebesar 0,898 dan harga diri sebesar 0,855. Hasil analisis regresi ganda menunjukkan adanya hubungan yang bergerak positif dengan semakin tinggi citra tubuh akan mempengaruhi tinggi harga diri pada siswi SMA kesatrian 2 di Semarang.

Penelitian mengenai penerimaan diri pada pengguna Instagram juga pernah dilakukan oleh Dalimunte & Sihombing (2020) berjudul “*Hubungan Penerimaan Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Medan Area*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan penerimaan diri dan kecenderungan narsistik. Pengumpulan data

menggunakan skala penerimaan diri dan skala kecenderungan narsistik pada 77 partisipan. Sebelum dilakukan analisis, partisipan akan di seleksi terlebih dahulu untuk memenuhi kecenderunagn narsisitik menurut karakteristik DSM-IV-TR. Sehingga diperoleh 35 partisipan yang memenuhi kriteria. Hasil analisis *product moment* diperoleh bahwa terdapat hubungan negatif yang menunjukkan bahwa semakin rendah kecenderungan narsistik maka akan semakin tinggi penerimaan diri yang dialami mahasiswa pengguna Instagram di UMA.

Penelitian dengan judul “*Kontribusi Penerimaan Diri dan Tipe Kepribadian Narsistik Terhadap Penggunaan Aplikasi Photoeditor*” dilakukan oleh Hartawi & Yusra (2018) mengenai penerimaan diri. Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kuantitatif. Tujuanya untuk mengetahui apakah penerimaan diri dan kepribadian narsistik berkontribusi pada penggua aplikasi *photoeditor*?. Alat ukur yang digunakan adalah 2 skala, yaitu skala penerimaan diri dan skala yang diadaptasi dari NPI 40 (*Narcissitic Personality Inventory*) untuk mengukur kepribadian narsistik. Skala diberikan kepada 66 orang yang merupakan siswa menengah ke atas (SMA). Hasil analisis menunjukkan bahwa 76,2% variabel penerimaan diri dan narsistik memiliki kontribusi pada pengguna photoeditor.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah diuraikan diatas menunjukkan penelitian ini berbeda, hal tersebut dapat dilihat dari:

1. Keaslian Topik :

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu presentasi diri online sebagai variabel tergantung, harga diri sebagai mediator dan penerimaan diri sebagai variabel bebas. Presentasi diri online pada penelitian sebelumnya pernah diteliti bersamaan dengan variabel harga diri, kepribadian, *fear of missing out* (FoMO), narsistik dan *big five personality*. Sedangkan harga diri juga sebelum pernah diteliti dengan hubungan pada variabel lain seperti penerimaan diri dan citra tubuh.

Serupa dengan penelitian sebelumnya, presentasi diri online pada penelitian ini pernah diteliti dengan variabel sama yaitu harga diri. Begitu pula dengan harga diri pernah diteliti dengan penerimaan diri. Namun yang membedakan penelitian ini adalah sejauh ini belum ditemukan penelitian ketiga variabel tersebut diteliti secara bersamaan dimana harga diri berperan sebagai mediator hubungan penerimaan diri dan presentasi diri online.

2. Keaslian teori

Dasar teori yang digunakan serupa dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan teori presentasi diri: diri ideal, diri asli dan diri palsu milik Michikyan et al., (2015). Harga diri juga serupa dengan penelitian sebelumnya menggunakan teori Rosenberg (1965) dan Berbeda dengan variabel penerimaan diri pada penelitian sebelumnya menggunakan teori milik Supraktinya, sedangkan penelitian ini menggunakan teori dari Berger, (1952)

3. Keaslian subjek

Penelitian presentasi diri online sebelumnya dilakukan pada pengguna sosial media seperti facebook, instagram dengan rentang usia 18-25 tahun. Serupa dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan media sosial instagram, namun yang membedakan adalah subjek yang dipilih dalam penelitian ini berusia 13 hingga 20 pengguna aktif instagram pada laki-laki maupun perempuan.

4. Keaslian Alat Ukur

Penelitian presentasi diri sebelumnya dilakukan dengan alat ukur yang diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia menggunakan *self-presentation facebook questionnaire* (SPFBQ) dari Michikyan et al., (2015), sedangkan pada penelitian ini peneliti memilih membuat sendiri berdasarkan aspek presentasi diri dari Michikyan et al., (2015) guna menyesuaikan dengan budaya Indonesia. Skala harga diri pada penelitian sebelumnya menggunakan skala dari *rosenberg's self-esteem scale* (RSES), serupa dengan penelitian sebelumnya namun

yang membedakan peneliti memilih memodifikasi *rosernberg's self-esteem schale* (RSES) yang telah digunakan oleh Wijaya (2018) . Skala penerimaan diri pada penelitian sebelumnya merupakan skala yang dibuat sendiri oleh para peneliti, pada penelitin ini peneliti menggunakan skala yang dibuat berdasarkan aspek penerimaan diri dari Berger (1952).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti di bab sebelumnya maka dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa:

1. Terdapat hubungan positif penerimaan diri dan presentasi diri online dengan harga diri sebagai mediator pada remaja pengguna instagram Indonesia. Semakin tinggi penerimaan diri dan harga diri maka semakin tinggi presentasi diri online yang dilakukan.
2. Harga diri sebagai pengaruh mediator terhadap hubungan penerimaan diri dan presentasi diri online pada remaja pengguna instagram memiliki sumbangan sebesar 3,3% dan masih terdapat 96,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Remaja Pengguna Instagram

Bagi remaja untuk tetap meningkatkan penerimaan diri dan harga diri dengan melibatkan kemampuan mengelola dan mengendalikan cara menampilkan diri di media sosial seperti instagram. Menjadikan media sosial sebagai tempat untuk mengekspresikan diri, mengasah potensi melalui kreatifitas dan menjalin relasi positif dengan sesama pengguna.

2. Bagi Orang Tua

Peneliti mengajukan saran bagi orang tua untuk mendampingi anak remaja dalam menampilkan presentasi diri online di Instagram secara bijak dan mengelola dengan baik informasi yang disebarakan tentang dirinya di instagra untuk menghindari dampak negatif dari penyebaran informasi pribadi yang berlebihan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian serupa ini dengan mempertimbangkan variabel lain sebagai mediator yang mampu memberikan sumbangan faktor lebih besar.

Peneliti menyarankan untuk mempertimbangkan popularitas sebagai analisis mendalam pada pengaruh tingginya harga diri yang diikuti presentasi diri yang tinggi.



Daftar Pustaka

- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019). Presentasi diri di sosial media (Instagram dan Facebook) Sebuah literature review Nurul Aiyuda 1 , Nandy Agustin Syakarofath 2. *Psychopolytan*, 2(2).
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., & Shahr, G. (2016). Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior. *Computers in Human Behavior*, 55.
- Baron, R. ., & Byrne, D. (2003). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Berger, E. M. (1952). The relation between expressed acceptance of self and expressed acceptance of others. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47(4), 778–782. <https://doi.org/10.1037/h0061311>
- Chaplin, J. . (2002). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. U.S: Consulting Psychologists Press.
- Dalimunte, H. A., & Sihombing, D. M. B. (2020). Hubungan Penerimaan Diri dengan Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Medan Area. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(3), 697–703.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Delamater, J. D., Myers, D. ., & Collet, J. . (2015). *Social Psychology*. Boulder: Westview Press.
- Dredge, R., Gleeson, J., & Garcia, D. L. P. (2014). Presentation on Facebook and risk of cyberbullying victimisation. *Computers in Human Behavior*, 40. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.035>
- Germer, C. . (2009). *The Mindful Path To Self-Compassion*. United State of America: The Guildford Press.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang: Undip.
- Ghufron, M. ., & Risnawati, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media Group.

- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., & Turel, O. (2015). The “Facebook-self”: characteristics and psychological predictors of false self-presentation on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6, 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00099>
- Hartawi, E., & Yusra, Z. (2018). Kontirbusi Penerimaan Diri Dan Tipe Kepribadian Narsistik Terhadap Penggunaan Aplikasi Photoeditor. *Jurnal RAP UNP*, 9(1).
- Hootsuite. (2020). Hootsuite (We are Social: Indonesian Digital Report 2020). Retrieved from www.andi.link.com website: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2020/>
- Hurlock, E. B. (1994). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Instagram. (2021). About Instagram. Retrieved from Instagram website: <https://about.instagram.com/about-us>
- Kemenkes. (2017). Situasi Kesehatan Reproduksi Remaja. *Situasi Kesehatan Reproduksi Remaja*. Jakarta: Kementiran Kesehatan RI.
- Lee-Won, R. ., Shim, M., Joo, Y. ., & Park, S. . (2014). who puts the best “face” forward on facebook?: positive self-presentation online in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends rator. *Computers in Human Behavior*, 39.
- Mehdzadeh, S. (2010). Self-presentation 2.o: Narcissism and self-esteem on facebook study. *Chyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13(4).
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False SelfPresentation on Facebook Among Emerging Adults. *Computers in Human Behavior*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/2167696814532442> Mich
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Ssioteknologi*. Bandung: Simbiosis.
- Nurhayati, & Nurmina. (2020). Kontribusi Big Five Personality Terhadap Strategi Presentasi Diri pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusi*, 4, 2488–2494.
- Oktaviani, M. A. (2019). Hubungan Penerimaan Diri dengan Harga Diri Pada

- Remaja Pengguna Instagram di Kota Samarinda. *Psikoborneo*, 7(4), 813–825.
- Papalia, D. ., Old, S. ., & Feldman, R. . (2001). *Human Development*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Qonita, R., & Dahlia. (2019). Hubungan Penerimaan Diri dengan Harga Diri Pada Pengemis di Kota Banda Aceh. *Seurune, Jurnal Psikologi Unsiya*, 2(1).
- Rarasati, D. B., Hudaniah, & Prasetyaningrum, S. (2019). Strategi Presentasi Diri Pengguna Instagram Ditinjau Dari Tipe Kepribadian. *Jurnal Ilmia Psikologi Terapan*, 07(02), 235–251.
- Raymer, K. (2015). *The effects of social media sites on self-esteem*. Rowan University.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and The Adolescent Self-Image*. Pricenton: Pricenton University Press.
- Rozika, L. A., & Ramadhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 2(3).
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2017). Are Self-Presentation of Instagram Users Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear of Missing Out? *MAkara Hubs-Asia*, 21(2), 70–82. <https://doi.org/10.7454/mssh.v21i2.3502>
- Santrock, J. W. (2003). *Adolesence:Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2011). *Life Span Development*. Jakarta: PT Gelora Aksara Persada.
- Sarwono, S. . (2010). *Psikologi Remaja* (edisi revi). Jakarta: PT Raja Gravindo Persada.
- Sarwono, S. ., & Meinarno, E. . (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Setiasih, S., & Puspitasari, F. I. (2015). Kebutuhan Remaja Untuk Mengirim Foto Atau Video Di Instagram. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 2(2), 461. <https://doi.org/10.24854/jpu22015-40>
- Sheerer, E. T. (1949). An analysis of the relationship between acceptance of and respect for self and acceptance of and respect for others in ten counseling cases. *Journal of Consulting Psychology*, 13(3), 169–175.

<https://doi.org/10.1037/h0062262>

- Sinta, K., & Pramesti, A. (2020). Peran self esteem dan kecenderungan narsisme terhadap presentasi diri pada perempuan pengguna facebook usia dewasa awal di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, 73–84.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhron, M. (2016). *Asuhan Keperawatan Konsep Diri Self Esteem*. Ponorogo: UMPO Press.
- Suseno, M. N. (2012). *Statistika : Teori dan Aplikasi untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta: Ash-Shaff.
- Tafarodi, R., & Swan, J. (2001). Two-Dimensional Self-Esteem: Theory and Measurement. *Personality and Individual Differences*, 31.
- Wiederhold, B. K. (2018). The Tenuous Relationship between Instagram and Teen Self-Identity. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(4), 215–216. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.29108.bkw>
- Yau, J. ., & Reich, S. . (2018). “It’s Just a Lot of Work”: Adolescent’s self-presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram. *Journal of Adolescence*.
- Yunita, Y., & Amirudin. (2019). Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Self-Presentation Mahasiswa Perguruan Tinggi Tangerang Selatan. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 1(1), 68–78.
- Zhafirah, T., & Dinardinata, A. (2018). Hubungan antara Citra Tubuh dengan Harga Diri Pada Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. 7(April), 334–340.