

**HUBUNGAN ANTARA NARSISME DAN KEJELASAN KONSEP DIRI
DENGAN PRESENTASI DIRI ONLINE PADA MAHASISWA PENGGUNA
INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:

Desi Hemaviana

NIM 20107010051

Dosen Pembimbing:

Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc

NIP 19880214 201903 2 014

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1201/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : Hubungan antara Narsisme dan Kejelasan Konsep Diri dengan Presentasi Diri Online pada Mahasiswa Pengguna Instagram

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DESI HEMAVIANA
Nomor Induk Mahasiswa : 20107010051
Telah diujikan pada : Senin, 12 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 66c6afbe0b056

Ketua Sidang
Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc.
SIGNED



Valid ID: 66c6a78d3aa39

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



Valid ID: 66bdb16bb7a12

Penguji II
Syaiful Fakhri, S.Psi., M.Psi.
SIGNED



Valid ID: 66c6f59538495

Yogyakarta, 12 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desi Hemaviana

NIM : 20107010051

Prodi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "Hubungan antara Narsisme dan Kejelasan Konsep Diri dengan Presentasi Diri Online pada Mahasiswa Pengguna Instagram" merupakan karya yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi manapun. Skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain. Adapun sumber informasi yang dikutip telah dicantumkan dan sebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian 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 surat pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Juli 2024

Yang menyatakan,



Desi Hemaviana
NIM. 20107010051

NOTA PEMBIMBING SKRIPSI

NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing menyatakan pendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Desi Hemaviana

NIM : 20107010051

Judul : Hubungan antara Narsisme dan Kejelasan Konsep Diri dengan
Presentasi Diri Online pada Mahasiswa Pengguna Instagram

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Psikologi.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Juli 2024

Pembimbing



Sabiqotul Husna S. Psi., M. Sc.
NIP. 198802142014 201903 2 014

Hubungan Antara Narsisme dan Kejelasan Konsep Diri dengan Presentasi Diri Online pada Mahasiswa Pengguna Instagram

**Desi Hemaviana
20107010051**

INTISARI

Penggunaan Instagram yang masif di kalangan mahasiswa menimbulkan kecenderungan presentasi diri online. Prediktor yang dianggap berperan adalah perilaku narsisme dan kejelasan konsep diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara narsisme dan kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 205 mahasiswa di Yogyakarta dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan skala adopsi presentasi diri online, skala adopsi narsisme, dan skala adopsi kejelasan konsep diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat hubungan signifikan antara narsisme dan kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram di Yogyakarta. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara narsisme dan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram di Yogyakarta. Selain itu, terdapat juga hubungan negatif antara kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram di Yogyakarta. Sumbangan efektif simultan dua variabel bebas terhadap presentasi diri online sebesar 22,4%. Adapun sumbangan parsial narsisme sebesar 3,2% dan sumbangan parsial kejelasan konsep diri sebesar 19,2%. Hasil uji beda menemukan bahwa perempuan memiliki tingkat presentasi diri online lebih tinggi dibandingkan dengan laki laki. Sedangkan, berdasarkan usia dan lama penggunaan instagram, tidak ada perbedaan presentasi diri online. Hasil ini memberikan implikasi praktis terkait kebutuhan untuk intervensi penurunan perilaku presentasi diri online yang disebabkan oleh narsisme dalam dunia maya dan kurangnya kejelasan konsep diri pada individu.

Kata Kunci: presentasi diri online, narsisme, kejelasan konsep diri, mahasiswa

The Relationship Between Narcissism and Self-Concept Clarity with Online Self-Presentation in Instagram among College Students

Desi Hemaviana

20107010051

ABSTRACT

The massive use of Instagram among university students has led to a tendency of online self-presentation. The predictors that are considered to play a role are narcissistic behavior and self-concept clarity. This study aims to determine the relationship between narcissism and self-concept clarity with online self-presentation among Instagram users in Yogyakarta. The method used in this research is quantitative correlation. Respondents who participated in this study amounted to 205 students in Yogyakarta with sampling using accidental sampling technique. The data collection technique used an online self-presentation adoption scale, a narcissism adoption scale, and a self-concept clarity adoption scale. The results showed that simultaneously there was a significant relationship between narcissism and self-concept clarity with online self-presentation on Instagram user students in Yogyakarta. Partial test results show that there is a significant positive relationship between narcissism and online self-presentation on Instagram users in Yogyakarta. In addition, there is also a negative relationship between self-concept clarity and online self-presentation among Instagram users in Yogyakarta. The simultaneous effective contribution of the two independent variables to online self-presentation is 22.4%. The partial contribution of narcissism is 3.2% and the partial contribution of self-concept clarity is 19.2%. The t-test results found that women have a higher level of online self-presentation compared to men. Meanwhile, based on age and length of use of Instagram, there is no difference in online self-presentation. These results provide practical implications regarding the need for interventions to reduce online self-presentation behavior caused by narcissism in cyberspace and lack of self-concept clarity in individuals.

Keywords: online self-presentation, narcissism, self-concept clarity, college student

MOTTO

"Sebaik-baikya manusia adalah yang paling banyak manfaatnya bagi manusia"

HR. Ahmad

"Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi."

Ali bin Abi Thalib

"Apapun yang terjadi tetaplah bernafas"

Jack Kahuna Laguna-SpongeBob Squarepants

"Embracing the beauty of imperfections."

Anonymous



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil 'aalamiin

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan banyak kebaikan kepada saya berupa kesehatan, semangat, dukungan dari keluarga dan teman, dan banyak kebaikan lainnya sehingga atas izin-Nya amanah ini dapat saya selesaikan.

Sebagai bentuk terima kasih yang tak terhingga, tulisan ini penulis persembahkan untuk:

ALMAMATER

Prodi Psikologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KELUARGA

Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil dan kebersamaan penulis sampai saat ini.

DOSEN PEMBIMBING

Ibu Sabiqotul Husna, S. Psi., M. Sc

TEMAN-TEMAN SEPERJUANGAN

Teman-teman Psikologi angkatan 2020 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
khususnya kelas Psikologi B.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala limpahan rahmat dan karunia dari Allah SWT. Sholawat dan salam tak lupa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SWA yang telah menuntun manusia menjadi makhluk yang berakhlak mulia.

Atas pertolongan Allah SWT yang telah memudahkan segala langkah dan urusan penulis dalam melakukan penulisan skripsi, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi dengan judul "Hubungan antara Narsisme dan Kejelasan Konsep Diri dengan Presentasi Diri Online pada Mahasiswa Pengguna Instagram" untuk diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi (S. Psi).

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, bimbingan, bantuan, dan tuntunan dari berbagai pihak sehingga proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini terasa mudah dan menyenangkan. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochammad Sodik, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Lisnawati, S. Psi., M.Psi., Psikolog, selaku Ketua Program Studi psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Fitriana Widyastuti, S.Psi., M.Psi., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama menjalani perkuliahan sebagai mahasiswa Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
5. Ibu Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi sekaligus validator pertama pada proses validasi skala penelitian ini. Terima kasih untuk waktu, kesabaran, dan bimbingan yang telah diberikan kepada peneliti, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak Zidni Immawan Muslimin, S. Psi, M. Si., selaku Dosen Penguji Skripsi 1 yang telah memberikan masukan beserta koreksi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Bapak Syaiful Fakhri, S. Psi., M. Psi., selaku Dosen Penguji Skripsi 2 yang telah memberikan masukan beserta koreksi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Seluruh dosen prodi Psikologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman, serta staff bidang tata usaha yang telah membantu dalam proses administrasi.
9. Desi Hemaviana selaku penulis. Kamu hebat dan luar biasa telah menyelesaikan semua tanggungjawabmu. Semoga segala usahamu berbuah manis di masa depan.
10. Bapak Kosim (Alm.), selaku ayahanda dari penulis. Terima kasih untuk tanggungjawab yang telah diberikan berupa nafkah untuk pendidikan. Keberadaanmu tiada di dunia, namun tanggungjawabmu masih tetap dirasakan. Semoga surga adalah tempatmu.
11. Ibu Milyati selaku ibunda dari penulis. Terima kasih untuk tiap doa, usaha, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada peneliti sampai saat ini.
12. Kakak saya yaitu Yuli Susanti dan Ani Puji Pitri Yanti. Terima kasih untuk semua bantuan dan dukungannya.
13. Keponakan saya yaitu Aira Shafa, Dzakira Talita, Aqila Zayna, dan Dhaffa Zikra. Terima kasih telah menjadi teman saat penulis merasa lelah dengan tugas akhir ini, semoga kalian mampu menjadi sarjana selanjutnya.
14. Bagus Mulyo Aji, seseorang yang banyak membantu saya selama menjalani perkuliahan di Yogyakarta. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan bantuannya terutama selama proses skripsi. Semoga segera menyelesaikan pendidikannya juga dan semoga kebersamaan ini akan tetap terjaga selamanya.

15. Teman – teman Psikologi Kelas B angkatan 2020. Terima kasih telah ada di dunia ini dan terima kasih sudah menjadi teman dan sahabat selama penulis menjalani perkuliahan.
16. Teman-temanku yang telah membantu proses skripsi saya, Afa dan Nuril. Terima kasih sudah menjadi teman diskusi penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan emosional bagi penulis.
17. Seluruh responden yang telah membantu mengisi dan menyebarluaskan skala penelitian. Terima kasih atas bantuannya.
18. Bapak M. Eric Fazlur R, M.Han, selaku validator kedua dalam pembuatan skala penelitian ini. Terima kasih telah membantu proses validasi skala penelitian ini.
19. Semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi dan tidak dapat saya sebetukan satu persatu. Terima kasih atas kontribusi yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 29 Juli 2024



Desi Hemaviana

NIM. 20107010051

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
INTISARI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN/GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian	9
C. Manfaat Penelitian.....	9
D. Keaslian Penelitian	11
BAB II DASAR TEORI	26
A. Presentasi Diri Online.....	26
1. Definisi Presentasi Diri Online	26
2. Aspek-Aspek Presentasi Diri Online	27
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Presentasi Diri Online	31
B. Narsisme	34
1. Definisi Narsisme	34
2. Aspek-Aspek Narsisme.....	35
C. Kejelasan Konsep Diri.....	39
1. Definisi Kejelasan Konsep Diri	39

2. Aspek-Aspek Kejelasan Konsep Diri	40
D. Dinamika Hubungan antara Narsisme dan Kejelasan Konsep Diri dengan Presentasi Diri Online pada Mahasiswa Pengguna Instagram. 42	
E. Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
A. Desain Penelitian	49
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	49
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	50
1. Presentasi Diri Online	50
2. Narsisme	50
3. Kejelasan Konsep Diri	51
D. Populasi dan Sampel.....	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel	52
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Skala Presentasi Diri Online	54
2. Skala Narsisme	55
3. Skala Kejelasan Konsep Diri	56
F. Validitas, Uji Keterbacaan dan Reabilitas Alat Ukur	57
1. Validitas	57
2. Reliabilitas	58
G. Teknik Analisis Data.....	59
1. Uji Statistika Deskriptif	59
2. Uji Asumsi Klasik.....	59
3. Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Orientasi Kacah	63
B. Persiapan Penelitian.....	64

1. Persiapan Administrasi	64
2. Persiapan Alat Ukur.....	64
3. Pelaksanaan Uji Coba (<i>Try Out</i>) Aitem.....	68
4. Hasil Uji Coba	68
C. Pelaksanaan Penelitian	71
1. Deskripsi Responden Penelitian	72
2. Deskripsi Statistik.....	78
3. Uji Asumsi Klasik.....	81
4. Uji Hipotesis	84
5. Analisis Tambahan Uji Beda Tingkat Presentasi Diri Online Ditinjau dari Jenis Kelamin, Usia, dan Intensitas Penggunaan Instagram/Hari	87
E. Pembahasan	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	121

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Literatur Review</i>	12
Tabel 2 <i>Blueprint</i> Skala Presentasi Diri Online	55
Tabel 3 <i>Blueprint</i> Skala Narsisme	56
Tabel 4 <i>Blueprint</i> Skala Kejelasan Konsep Diri	57
Tabel 5 <i>Blueprint</i> Skala Presentasi Diri Online	65
Tabel 6 <i>Blueprint</i> Skala Narsisme	66
Tabel 7 <i>Blueprint</i> Skala Kejelasan Konsep Diri	66
Tabel 8 Sebaran Aitem Lolos dan Gugur Skala Presentasi Diri Online	69
Tabel 9 Sebaran Aitem Lolos dan Gugur Skala Narsisme	69
Tabel 10 Sebaran Aitem Lolos dan Gugur Skala Kejelasan Konsep Diri	70
Tabel 11 Hasil Reliabilitas Alat Ukur	71
Tabel 12 Kategorisasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 13 Kategorisasi Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 14 Kategorisasi Responden Berdasarkan Intensitas Pengguna Instagram	74
Tabel 15 Kategorisasi Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	74
Tabel 16 Kategorisasi Responden Berdasarkan Program Studi atau Jurusan	75
Tabel 17 Kategorisasi Responden Berdasarkan Semester	77
Tabel 18 Deskripsi Objektif Data Hipotetik dan Empirik	78
Tabel 19 Norma Kategorisasi Jenjang (Ordinal)	79
Tabel 20 Kategorisasi Data Skala Presentasi Diri Online	79
Tabel 21 Kategorisasi Data Skala Narsisme	80
Tabel 22 Kategorisasi Data Skala Kejelasan Konsep Diri	80
Tabel 23 Uji Normalitas	81
Tabel 24 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 25 Hasil Hipotesis Mayor (Uji F)	84
Tabel 26 Hasil Hipotesis Minor (Uji T)	84
Tabel 27 Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif Variabel Bebas	86
Tabel 28 Deskripsi Statistik Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 29 Uji Homogenitas dan Uji Normalitas Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 30 Hasil Uji Independent Sample T-Test Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 31 Deskripsi Statistik Uji Beda Berdasarkan Usia	89
Tabel 32 Uji Homogenitas dan Uji Normalitas Berdasarkan Usia	90
Tabel 33 Hasil Uji Independent Sample T-Test Berdasarkan Usia	90
Tabel 34 Deskripsi Statistik Uji Beda Berdasarkan Intensitas Pengguna Instagram/Hari	91
Tabel 35 Uji Homogenitas dan Uji Normalitas Berdasarkan Intensitas Pengguna Instagram/Hari	92
Tabel 36 Hasil Uji Independent Sample T-Test Berdasarkan Intensitas Pengguna Instagram/Hari	92

DAFTAR BAGAN/GAMBAR

Gambar/Bagan 1 Dinamika Hubungan antara Narsisme dan Kejelasan Konsep Diri dengan Presentasi Diri Online pada Mahaiswa Pengguna Instagram	47
Gambar/Bagan 2 Uji Linearitas Narsisme	82
Gambar/Bagan 3 Uji Linearitas Kejelasan Konsep Diri	82
Gambar/Bagan 4 Uji Heteroskedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Preliminary Study</i>	121
Lampiran 2 Hasil Terjemahan Skala Penelitian oleh Penerjemah Tersumpah	122
Lampiran 3 Hasil Validasi Skala oleh <i>Expert Judgement</i>	125
Lampiran 4 Hasil Uji Keterbacaan (<i>Cognitive Interviewing</i>) oleh Tujuh Calon Responden	136
Lampiran 5 <i>Informed Consent</i>	216
Lampiran 6 Skala Uji Coba (<i>Try Out</i>) dan Skala Penelitian	217
Lampiran 7 Tabulasi Data Uji Coba (<i>Try Out</i>) Skala Penelitian.....	220
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Alat Ukur	225
Lampiran 9 Tabulasi Data Skala Penelitian	227
Lampiran 10 Uji Asusmsi Klasik	248
Lampiran 11 Uji Hipotesis	250
Lampiran 12 Uji Beda	251
Lampiran 13 <i>Curriculum Vitae</i>	253

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Instagram adalah salah satu media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video bagi para penggunanya (Mattern, 2016). Pengguna dapat menyukai, mengomentari, serta membagikan kiriman orang lain sebagai sebuah interaksi (Cahyono, 2016). Berdasarkan laporan *Demand Sage* yang menyajikan data statistik mengenai penggunaan media sosial, pada tahun 2024 Instagram memiliki 2,4 miliar pengguna. Pengguna paling banyak berada di rentang usia 18-34 tahun yang mencapai 61,8% dari total pengguna Instagram. Jumlah tersebut terdiri dari 50,7% laki-laki dan 49,3% perempuan. Pada tahun 2024 Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram tertinggi setelah India, Amerika Serikat, dan Brazil. Indonesia memiliki 105 juta pengguna Instagram di awal tahun 2024 (Shewale, 2024). Sedangkan, rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna Instagram Indonesia yaitu 15 jam 24 menit bagi setiap pengguna per bulannya untuk mengoperasikan media sosial Instagram (Moore, 2024).

Penelitian Shane-Simpson (2018), menemukan bahwa Instagram adalah media sosial terpopuler di kalangan mahasiswa. Mahasiswa adalah peserta didik yang menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi. Dari data PDDIKTI Kemendikbud melalui buku yang berjudul "Statistika Pendidikan Tinggi", menjelaskan bahwa rata-rata mahasiswa Indonesia berusia antara 18-30 tahun pada jenjang strata satu (Handini, Dinna et al., 2020). Usia tersebut termasuk

dalam usia dewasa awal. Masa dewasa awal merupakan masa penyelesaian pertumbuhan pada individu sehingga mereka siap untuk bergabung dalam masyarakat sekitar (Hurlock, 1996). Individu dewasa awal berusia antara 18-25 tahun yang ditandai dengan eksperimen dan eksplorasi (Santrock, 2011). Salah satu minat pribadi pada masa dewasa awal adalah perhatian pada penampilan (Hurlock, 1996). Minat tersebut dibarengi dengan karakteristik kepribadian masa dewasa awal yang relatif stabil (Papalia et al., 2009).

Penelitian Lee (2015) menemukan bahwa pengguna Instagram memiliki motivasi utama yaitu ekspresi diri dan interaksi sosial. Namun, mereka lebih fokus mengelola informasi mengenai presentasi diri dibandingkan menjaga hubungan dengan orang lain di media sosial. Sebab, mereka lebih peduli terhadap kesan orang lain terhadapnya (Dumas et al., 2017). Presentasi diri yang banyak dilakukan di era digitalisasi sekarang adalah presentasi diri di media sosial atau disebut dengan presentasi diri online (Setiawan & Audie, 2020). Salah satu media online yang digunakan untuk melakukan presentasi diri online adalah Instagram, sebagai platform utama untuk pertunjukan identitas (Chua & Chang, 2016; Jackson & Luchner, 2018; Metcalfe & Llewellyn, 2020).

Presentasi diri online adalah presentasi diri individu yang dilakukan dalam media online sebagai fungsi interaksi diri dengan audiens (Rui & Stefanone, 2013). Ada tiga aspek presentasi diri online menurut Strimbu et al. (2021), yaitu diri yang mudah beradaptasi, diri yang autentik, dan kebebasan diri sendiri secara online. Tujuan individu melakukan presentasi diri online adalah untuk

mendapatkan penerimaan dari orang lain dan lingkungannya. Oleh karena itu, individu yang melakukan presentasi diri online terutama di Instagram, mengatur penampilan untuk menunjukkan presentasi diri yang baik dan ideal. Hal tersebut karena individu menginginkan dirinya untuk terlihat sebagai individu yang baik, dianggap memiliki kemampuan, serta mendapatkan perhatian dari audiens (Aiyuda, 2019).

Individu dapat menampilkan berbagai aspek diri mereka dalam konteks yang berbeda. Dalam hal ini, pikiran dan perilaku autentik seseorang dapat membentuk dirinya yang sebenarnya. Sebaliknya, diri yang palsu adalah ketika seseorang menjauh dari jati dirinya dan menunjukkan perasaan, pikiran, dan perilaku yang berbeda dari esensinya. Menurut Michikyan et al. (2015) presentasi diri dapat dikategorikan dalam kategori penipuan, eksplorasi, dan mengesankan orang lain. Presentasi diri yang salah adalah perilaku presentasi diri yang dilakukan untuk tujuan penipuan. Namun, dengan tujuan berbeda yaitu sebagai bentuk eksplorasi, maka presentasi diri ini membantu individu untuk mengetahui dan memahami identitas diri mereka sendiri dengan lebih baik (Michikyan et al., 2015).

Dewasa awal yang telah menemukan identitas dirinya, dapat dikatakan sebagai individu yang matang dalam masa perkembangan ini (Papalia et al., 2009). Erikson (1993) menjelaskan mengenai kegagalan pembentukan identitas pada masa dewasa awal akan menciptakan kebingungan peran dan akan terjadi perpanjangan masa remaja. Artinya, seorang yang telah berada pada masa dewasa awal dengan perkembangan karakteristik identitas yang

relatif stabil, idealnya dapat melakukan presentasi diri dengan menunjukkan jati dirinya atau diri yang autentik dan tidak menjadi diri orang lain. Dengan demikian, presentasi diri dapat dilakukan dengan maksimal (Putri, 2019). Hal tersebut dapat dilihat dari salah satu tugas perkembang dewasa awal yang memiliki beban lebih daripada tahap sebelumnya di mana identitas diri bukan hanya untuk dirinya saja, tetapi juga untuk orang lain (Putra et al., 2016).

Meskipun demikian, faktanya mahasiswa yang merupakan dewasa awal menampilkan dirinya di media sosial tidak sesuai dengan diri mereka apa adanya. Hal ini dibuktikan dengan hasil *preliminary study* peneliti. Peneliti melakukan *preliminary study* melalui survei singkat terkait presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram. Peneliti memilih Yogyakarta sebagai tempat mendapatkan sampel responden dalam melakukan *preliminary study*. Sebab, Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang menjadi kota tujuan untuk melanjutkan pendidikan, terutama pendidikan di perguruan tinggi (Devinta, 2015). Adapun perguruan tinggi di Yogyakarta meliputi 6 perguruan tinggi negeri (PTN) dan 78 perguruan tinggi swasta (PTS) (BAPPEDA DIY, 2023). Data BAPPEDA DIY yang merujuk pada data LLDIKTI (Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi) wilayah DIY juga melaporkan jumlah mahasiswa Yogyakarta tahun 2020-2022 sebanyak 940.399 di PTN dan 838.291 di PTS. Sementara pada tahun 2023, terdata sebanyak 294.254 mahasiswa baru PTN dan PTS. Dengan demikian, jumlah total mahasiswa Yogyakarta akan melebihi satu juta orang.

Beberapa aitem pernyataan *preliminary study* yang diajukan adalah "Saya suka mengunggah foto/video yang menunjukkan rasa peduli, ramah, dan simbol-simbol positif lainnya, serta seringkali menampilkan prestasi dan hasil karya sendiri di Instagram sebagai sebuah presentasi diri", "Saya tidak bisa menjadi diri saya sendiri saat online, sehingga saya menggunakan filter atau melakukan pengeditan saat ingin mengunggah foto/video agar hasilnya terlihat lebih cantik, putih, dan *glowing*", "Saya adalah orang yang berbeda tergantung di ruang online mana saya berada", dan "Saya merasa bisa menjadi diri saya yang ideal (diri yang saya inginkan) secara online".

Pernyataan-pernyataan tersebut mengacu dari beberapa aitem di skala POSS (*Presentation Online Self Scale*) milik Fullwood et al. (2016). Berdasarkan data *preliminary study* pada 30 mahasiswa (15 laki-laki dan 15 perempuan) dengan rentang usia 21-24 tahun, didapatkan fakta bahwa 80% dari responden lebih suka *online* daripada offline untuk mempresentasikan dirinya. Selain itu, 66,7% dari mereka memungkinkan menciptakan identitas baru serta memerankan karakteristik pribadi yang berbeda di ruang online. Kemudian, 76,6% responden menggunakan filter atau melakukan pengeditan saat ingin mengunggah foto/video, serta 80% dari responden merasa dapat menjadi diri yang ideal secara online.

Sejalan dengan penelitian Hendraswara et al. (2021) menemukan bahwa mahasiswa melakukan pengeditan, menyesuaikan tema *feeds* dan kolase foto agar terlihat estetika saat akan mengunggah foto di Instagram. Selain itu, mereka juga melakukan *enhacement* dengan menampilkan pencapaian dan

segala hal yang dapat membuat kesan terlihat berprestasi dan memiliki ketrampilan. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian Hartinah (2019), yang menemukan bahwa mahasiswa memiliki karakteristik yang cenderung mengekspresikan diri melalui media sosial untuk membuat pengguna lain kagum mengenai dirinya.

Berdasarkan penjelasan di atas, presentasi diri di media sosial terutama di Instagram dapat memiliki dampak positif maupun negatif, tergantung dengan cara individu mengelola presentasi diri mereka. Dampak positifnya adalah individu yang melakukan presentasi diri online dengan jujur dan apa adanya akan memiliki tingkat kesejahteraan subjektif yang tinggi (Ferryanti et al., 2021). Individu autentik akan memiliki tingkat harga diri yang lebih tinggi, kepuasan hidup, dan memiliki suasana hati yang lebih positif seiring dengan meningkatnya tingkat keaslian (Boyratz et al., 2014). Dampak negatifnya adalah dapat mengalihkan perhatian, mengganggu waktu tidur, penyebaran rumor, pandangan yang tidak realistis mengenai kehidupan orang lain, tekanan dari teman sebaya, *cybercrime* bahkan sampai pornografi (O’Keeffe et al., 2011).

Sedangkan dalam sisi psikologis, dampak negatif presentasi diri online yang tidak jujur menurut penelitian yang dilakukan oleh Wright (2018), adalah menimbulkan kecemasan, stres, dan depresi. Selain itu, pengguna media sosial terutama Instagram yang terlalu memikirkan tentang presentasi dirinya, akan kehilangan diri mereka yang sebenarnya karena perbedaan tampilan dirinya secara online dan offline (Davis, 2012). Kemudian, penelitian dari Widowati

(2022), menemukan bahwa seseorang yang menerima ataupun memberikan informasi berlebihan di media sosial, dapat menyebabkan penularan emosi yang menimbulkan peningkatan efek psikologis negatif. Hal tersebut dapat menimbulkan masalah signifikan dengan orang lain. Selain itu, individu juga akan rentan melakukan penundaan dan manajemen waktu yang buruk, serta kesulitan mengontrol diri. Dari beberapa dampak yang telah diuraikan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa presentasi diri online memberikan dampak negatif yang merugikan bagi orang lain maupun pelakunya, terutama dari sisi psikologis.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya presentasi diri online. Arianna (2014) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi presentasi diri online adalah narsisme, kecemasan sosial, kesepian, dan harga diri. Di sisi lain, hasil penelitian yang dilakukan oleh Fullwood (2016), memberikan bukti yang mendukung bahwa kejelasan konsep diri merupakan prediktor yang baik mengenai kecenderungan individu untuk terlibat dalam presentasi diri.

Berdasarkan penjelasan tersebut, faktor narsisme menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi presentasi diri online. Narsisme adalah ciri kepribadian yang ditandai dengan rasa kemegahan dan dorongan kebutuhan untuk mendapatkan perhatian dan kekaguman dari orang lain (Thomaes & Brummelman, 2016). Menurut Żemojtel-Piotrowska et al. (2019), terdapat tiga aspek dari narsisme yaitu kemegahan/ekshibisionisme, eksploitasi/hak, dan kepemimpinan/otoritas. Narsisme menjadi salah satu tipe kepribadian yang

berhubungan positif dengan aktivitas di media sosial (Hong et al., 2014). Sejalan dengan penelitian Arifah et al. (2023) menemukan bahwa narsisme adalah variabel yang paling kuat mempengaruhi presentasi diri online di usia dewasa awal. Oleh karena itu, dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa individu dengan narsisme tinggi cenderung akan melakukan presentasi diri online di media sosial.

Selain itu, terdapat faktor lain yang juga berpengaruh dalam presentasi diri online yaitu kejelasan konsep diri. Kejelasan konsep diri adalah sejauh mana isi dari konsep diri seseorang didefinisikan dengan jelas dan percaya diri, konsisten secara internal, dan stabil (Campbell et al., 1996). Menurut Campbell et al. (1996), aspek yang mendasari kejelasan konsep diri, yaitu kepercayaan pada diri sendiri. Individu dengan kejelasan konsep diri yang rendah, akan lebih banyak melakukan perenungan yang terfokus pada diri sendiri, memiliki deskripsi diri yang kurang stabil dari waktu ke waktu, dan preferensi untuk menampilkan diri secara online daripada offline (Fullwood et al., 2016). Begitu pun sebaliknya, individu dengan kejelasan konsep diri tinggi akan menurunkan perilaku presentasi diri yang tidak autentik (Lewandowski et al., 2010).

Dari beberapa penelitian pada konteks Indonesia, masih sedikit yang mengkaji mengenai narsisme dengan presentasi diri online. Padahal dalam penelitian Brailovskaia & Bierhoff (2016) yang menggunakan sampel Jerman dan Rusia, menyarankan agar penelitian di masa depan mereplikasi penelitian ini dengan sampel yang berbeda dari lintas negara mengenai hubungan narsisme dengan presentasi diri online. Penelitian mengenai kejelasan konsep

diri dengan presentasi diri online juga masih sedikit dikaji dalam penelitian sebelumnya. Padahal dalam penelitian Fullwood et al., (2016) menyimpulkan bahwa kejelasan konsep diri merupakan prediktor terbaik kecenderungan individu untuk terlibat dalam presentasi diri online. Selain itu, dalam penelitiannya dengan sampel remaja, Fullwood menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat mereplikasi penelitian ini dengan sampel orang dewasa untuk menguji apakah kejelasan konsep diri juga terkait dengan presentasi diri online pada sampel dewasa. Di sisi lain, belum ada penelitian terdahulu yang menggabungkan ketiga variabel yaitu narsisme, kejelasan konsep diri, dan presentasi diri online dalam satu penelitian sebagai variabel yang saling mempengaruhi.

Oleh karena itu, dengan memperhatikan dan mempertimbangkan beberapa hasil riset yang telah ada dengan masalah yang terjadi, peneliti tertarik untuk meneliti “Apakah ada hubungan antara narsisme dan kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram di D.I. Yogyakarta?”

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara narsisme dan kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram di D.I. Yogyakarta.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat di beberapa hal sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian teoritis dalam bidang psikologi kepribadian, *cyberpsychology*, dan psikologi klinis khususnya yang berkaitan dengan presentasi diri online, narsisme, dan kejelasan konsep diri pada mahasiswa pengguna Instagram.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk dijadikan bahan acuan bagi:

a. Responden Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan perspektif baru bagi responden penelitian yaitu para mahasiswa pengguna Instagram mengenai hubungan antara narsisme dan kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online. Penelitian ini juga diharapkan dapat memotivasi mahasiswa yang termasuk dewasa awal untuk lebih meningkatkan kesadaran terkait kejelasan konsep diri dan narsisme dalam diriya. Hal tersebut, perlu dilakukan agar mereka dapat terhindar dari presentasi diri secara online yang berlebihan, serta dapat melakukan presentasi diri secara online sesuai dengan diri autentiknya.

b. Bagi Pembaca/Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru kepada pembaca dan masyarakat luas mengenai hubungan antara narsisme, kejelasan konsep diri dan presentasi diri online. Dengan demikian, pembaca dapat meningkatkan kesadaran terkait kejelasan

konsep diri dan narsisme dalam diriya, serta termotivasi untuk menampilkan dirinya secara autentik dalam presentasi diri online.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkan atau meneliti lebih lanjut mengenai presentasi diri online, narsisme, dan kejelasan konsep diri.

D. Keaslian Penelitian

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan mengenai hasil-hasil penelitian sebelumnya untuk menghindari duplikasi dan untuk mengukur keaslian penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:



Tabel 1 *Literatur Review*

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	<i>Grand Theory</i>	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rahmah et al.	Hubungan antara <i>Self-Presentation</i> pada Media Sosial dan Pembentukan Identitas Diri pada Remaja Akhir	2019	Identitas Diri (Erikson, 1968) dan <i>Self-Presentation</i> (Goffman, 1959).	Kuantitatif korelasional	1. Identitas diri diukur menggunakan skala <i>Extended Version of the Objective Measure of Ego-Identity Status</i> (EOMEIS-2) yang telah diadaptasi dan digunakan pada penelitian Basri (2016) dengan 63 aitem. 2. <i>Self-presentation</i> diukur menggunakan skala <i>Self-Presentation on Facebook Questionnaire</i> (SPFBQ) yang telah digunakan pada penelitian Mutiara	Responden adalah 359 remaja akhir di Makassar dengan rentan usia 18-21 tahun.	Terdapat hubungan korelasi positif dengan kategori lemah antara presentasi diri dengan identitas diri pada remaja akhir di Makassar.

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
						(2018) dengan 22 aitem.		
2	Rozika & Ramdhani	Hubungan antara Harga Diri dan <i>Body Image</i> dengan <i>Online Self-Presentation</i> pada Pengguna Instagram	2016	Harga Diri (Tafarodi dan Swan, 2001) dan (Brandenm 2001), <i>Body Image</i> (Cash et al., 2002), dan <i>Self-Presentation</i> (Jones dan Pittman, 1982).	Kuantitatif korelasional	1. <i>Self-presentation</i> diukur menggunakan alat ukur yang dibuat peneliti berdasarkan teori Jones dan Pittman (1982). 2. Harga diri diukur menggunakan skala adaptasi oleh peneliti yang dikembangkan dari teori Tafarodi dan Swann (2001). 3. <i>Body image</i> diukur menggunakan skala yang peneliti buat berdasarkan teori <i>body image</i> dari Cash (2002)	Responden penelitian ini adalah 389 pengguna Instagram yang mengisi kuisisioner secara online menggunakan Google forms.	Presentasi diri online dapat diprediksi berdasarkan harga diri dan body image dengan arah hubungan negatif.
3	Ferryanti et al.	<i>Self-Presentation</i> Berperan terhadap <i>Psychological Well-Being</i> : Survey pada	2021	<i>Self-presentation</i> (Goffman, 1959), dan	Kuantitatif korelasional	1. <i>Self-presentation</i> diukur menggunakan skala <i>Self-Presentation on</i>	Responden penelitian ini adalah 282 mahasiswa	Terdapat hubungan korelasi positif antara <i>Ideal self-</i>

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Emerging Adulthood</i> Pengguna Instagram		<i>Psychological Well-Being</i> (Huppert, 2009).		<i>Facebook Questionnaire</i> (SPFBQ) sebanyak 17 aitem dari Michikyan et al. (2014). 2. <i>Psychological well-being</i> diukur dengan skala <i>Psychologica Well-Being Scale</i> dengan 42 aitem dari Sarahdevina (2019) berdasarkan teori Ryff (1995).	S1 usia 18-25 tahun yang merupakan pengguna Instagram.	<i>presentation</i> dengan <i>Psychological Well-Being</i> dan korelasi negatif antara <i>ideal self-presentation</i> dengan <i>psychological well-being</i> .
4	Strimbu & O'Connell	<i>The Relationship Between Self-Concept and Online Self-Presentation in Adults</i>	2019	<i>Online Self-Presentation</i> (Goffman, 1956) dan <i>Self-Concept-Clarity</i> (Campbell, 1996)	Kuantitatif korelasional	1. <i>Online self-presentation</i> diukur dengan skala POSS <i>Presentation Online Self Scale</i> milik Fullwood (2016). 2. <i>Self-concept clarity</i> diukur dengan skala <i>Self-concept clarity Scale</i> milik Campbell (1996).	Responden adalah 230 orang berusia 18-35 tahun dengan cara beriklan di jejaring Facebook, Instagram, LinkedIn, dan Twitter.	Terdapat hubungan korelasi positif yang signifikan antara usia dan konsep diri. Namun, ketika mengontrol usia, konsep diri adalah prediktor terbaik dalam presentasi diri

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
								online. Individu dengan konsep diri yang lebih rendah akan lebih cenderung menunjukkan perbedaan antara diri <i>offline</i> dan <i>online</i> .
5	Brailovskaia & Bierhoff	<i>Cross-cultural narcissism on Facebook: Relationship between self-presentation, social interaction and the open and covert narcissism on a social networking site in Germany and Russia</i>	2016	<i>Open Narcissism</i> (Schutz, Marcus, & Sellin, 2004), <i>Covert narcissism</i> (Neumann & Bierhoff, 2004), <i>Self-Presentation</i> (Bortz, 2005)	Kuantitatif korelasional	1. <i>Open narcissism</i> diukur dengan skala <i>Narcissistic Personality Inventory</i> (NPI) milik Schutz et al. (2004) dengan 40 aitem. 2. <i>Covert narcissism</i> diukur dengan skala <i>Narcissistic Inventory-Revised</i> (NI-R) dengan 43 aitem yang dinilai pada skala likert 5 poin.	Responden adalah 122 pengguna Facebook di Jerman dengan usia rata-rata 23 tahun dan 72 pengguna Facebook Rusia dengan usia rata-rata 25 tahun.	Di setiap kelompok, ditemukan hubungan positif antara dua bentuk <i>narcissism</i> dan aktivitas <i>online</i> . Selain itu, terdapat juga hubungan positif antara <i>narcissism</i> dan <i>self-presentation</i> serta interaksi sosial di Facebook.

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
						3. <i>Self-presentation</i> diukur menggunakan skala yang peneliti buat dengan variabel: jumlah album, foto, "suka", aplikasi, dan frekuensi penggunaan aplikasi.		
6	Arifah et al.	<i>How Emerging Adults Present Themselves on Socia Media: Online Self-Presentation Influenced by Self-Esteem, Narcissistic Personality, and Online Privacy</i>	2023	<i>Online Self-Presentation</i> (Strimbu, 2021), <i>Self-Esteem</i> (Rosenberg, 1965), <i>Narcissism</i> (Campbell & Miller, 2011), <i>Online Privacy</i> (Jiang, 2013)	Kuantitatif kausalitas	1. <i>Online self-presentation</i> diukur dengan skala POSSA (<i>Presentation Online Self Scale on Adult</i>) milik Strimbu (2021) dengan 17 aitem. 2. <i>Self-esteem</i> diukur menggunakan skala RSES (<i>Rosenberg Self-Esteem Scale</i>) yang diadaptasi dari skala Rosenberg (1965). 3. <i>Narcissism</i> diukur dengan skala NPI-13	Responden adalah 281 pengguna aktif Instagram dengan usia 18-25 tahun. Data dikumpulkan melalui kuisisioner online.	<i>Self-esteem</i> dan <i>narcissistic</i> secara bersama mempengaruhi presentasi diri online, namun pengaruh akan lebih kuat jika dimasukkan dengan variabel <i>privacy onlien</i> . Variabel yang paling kuat berpengaruh terhadap presentasi diri online pada

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
						(<i>Narcissistic Personality Inventory</i>) yang diadaptasi dari Piotrowska (2018) dengan 5 aitem. 4. <i>Online privacy</i> diukur menggunakan skala SNSCPC (SNS <i>Collective Privacy Concren</i>), adaptasi dari Jiang et al. (2013)		dewasa awal adalah kepribadian <i>narcissistic</i> dan wanita lebih tinggi tingkat <i>narcissistic</i> dibandingkan pria.
7	Jackson & Luchner	<i>Self-Presentation Mediates the Relationship between Self-Criticism and Emotional Response to Instagram Feedback</i>	2016	<i>Self-Criticism</i> (Blatt et al., 1976), <i>Online Self-Presentation</i> (Michikyan et al., 2014), <i>Emotional Response</i> (Richins, 1997)	Kuantitatif korelasional	1. <i>Self-criticism</i> diukur menggunakan Skala DEQ (<i>Depressive Experiences Questionnaire</i>) dari Blatt et al. (1976) dengan 66 aitem. 2. <i>Online self-presentation</i> diukur menggunakan skala <i>Self-Presentation on Facebook</i>	Responden adalah 207 orang dengan rata-rata usia 23 tahun.	<i>False self-presentation</i> memediasi hubungan antara <i>self-criticism</i> dan <i>emotional response</i> terhadap skenario Instagram negatif dan dampak negatif dari niat untuk menipu di

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
						<i>Questionnaire</i> (SPFBQ) dengan 17 aitem milik Michikyan et al., (2014). 5. <i>Emotional responses</i> diukur menggunakan CES (<i>Consumption Emotions Set</i>) milik Richins (1997).		media sosial. Selain itu, individu yang mendapat skor tinggi dalam ukuran kepribadian maladaptif, ketergantungan dan <i>self-criticism</i>, merespons dengan dampak negatif terhadap skenario Instagram yang negatif. Peserta yang mendapat skor tinggi dalam ketergantungan dan efikasi (kepribadian adaptif) merespons dengan pengaruh positif terhadap skenario

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
								Instagram yang positif.
8	Musicò	<i>The Role of Perfectionistic Self-Presentation and Problematic Instagram Use in the Relationship Between Self-Concept Clarity and Body Disconnection: A Serial Mediation Model</i>	2023	<i>Perfectionistic Self-Presentation</i> (Hewitt, 2003), <i>Problematic Instagram Use</i> (Andreassen, 2016), <i>Self-Concept Clarity</i> (Campbell, 1996), <i>Body Disconnection</i> Price & Thompson (2007)	Kuantitatif Korelational	1. <i>Perfectionistic self-presentation</i> diukur menggunakan skala PSPS (<i>Perfectionistic Self-Presentation Scale</i>) versi Italia milik Borroni (2016) yang merupakan adaptasi dari skala milik Hewitt (2003). 2. <i>Problematic Instagram use</i> diukur dengan BSMAS (<i>Bergen Social Media Addiction Scale</i>) versi Italia milik Monacis (2017) yang merupakan adaptasi dari skala milik Andreassen (2016).	Responden adalah 219 perempuan dengan usia lebih dari 18 tahun dan merupakan pengguna Instagram.	Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kejelasan konsep diri dan <i>perfectionistic self-presentation</i> . Kemudian, terdapat hubungan positif yang signifikan antara <i>perfectionistic self-presentation</i> dan <i>problematic Instagram use</i> . Lalu, terdapat hubungan negatif yang signifikan antara <i>body disconnection</i> dengan kejelasan konsep diri dan

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
						3. <i>Self-concept clarity</i> diukur dengan SCCS (<i>Self-Concept Clarity Scale</i>) versi Italia milik Scalas (2013) yang merupakan adaptasi dari skala milik Campbell (1996). 4. <i>Body disconnection</i> diukur dengan SBC (<i>Scale of Body Connection</i>) versi Italia milik Morganti (2020) yang merupakan adaptasi dari skala milik Price & Thompson (2007)		hubungan positif yang signifikan antara <i>perfectionistic self-presentation</i> dengan <i>problematic Instagram use</i> .
9	Fullwood et al.	<i>Self-Concept Clarity and Online Self-Presentation in Adolescents</i>	2016	<i>Self-Concept Clarity</i> (Campbell, 1996), <i>Online Self-Presentation</i>	Kuantitatif korelasional	1. <i>Self-concept clarity</i> diukur menggunakan skala SCCS (<i>Self-Concept Clarity Scale</i>) milik Campbell (1996).	Responden adalah 148 orang dengan 60 laki-laki dan 88 perempuan	Beberapa faktor dari skala POSS secara signifikan saling berkorelasi. <i>Ideal self</i> berkorelasi positif

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
				(Walther, 1996; Fullwood, 2015)		2. <i>Online self-presentations</i> diukur menggunakan skala POSS (<i>Presentation Online Self Scale</i>) yang mengacu pada teori (Fullwood, 2015; Walther 1996)	berusia 13-18 tahun.	dengan <i>multiple selves</i> dan <i>online presentation preference</i> . Kemudian, hubungan positif antara <i>multiple selves</i> dan <i>online presentation preference</i> . Sedangkan, <i>consistent self</i> dengan <i>online presentation preference</i> memiliki hubungan negatif. Selain itu, terdapat hubungan positif yang signifikan antara kejelasan konsep diri dengan <i>number of Facebook friends</i> , tetapi tidak ada

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
								hubungan yang signifikan antara usia dan kejelasan konsep diri. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa kejelasan konsep diri adalah prediktor yang baik kecenderungan remaja untuk terlibat dalam eksperimen presentasi diri online.
10	Hasan & Neela	<i>Adventure Tourists' Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) Intention: The Effect of Water-Based Adventure Experience, Grandiose</i>	2022	<i>Water-Based Adventure Experience</i> (Ames, 2006), <i>Grandiose Narcissism</i> (Jones & Paulhus,	Kuantitatif kausalitas	1. <i>Water-Based Adventure Experience</i> diukur menggunakan skala <i>Water-Based Adventure Experience</i> adaptasi dari teori Ames	Responden adalah turis di Kota Kinabulu sebanyak 348 orang.	<i>Water-Based Adventure Experience</i> memiliki pengaruh langsung pada <i>self-presentation</i> diri positif,

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Responden dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Narcissism, and Self-Presentation</i>		2014), <i>Self-Presentation</i> (Kim & Tussyadiah, 2013), <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) Intention</i> (Park, 2016)		(2006) dan Triantafyllidou & Petala (2016) yang berjumlah 7 aitem. 2. <i>Grandiose Narcissism</i> diukur menggunakan skala NPI-16 milik Ames (2006) dengan 6 aitem. 3. <i>Self-Presentation</i> diukur menggunakan skala <i>Self-Presentation Motive Scale</i> milik Kim & Tussyadiah (2013) dengan 5 aitem. 4. <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) Intention</i> diukur menggunakan skala <i>e-WOM Intention</i> milik Park (2016).		sedangkan <i>grandiose narcissism</i> memiliki pengaruh tidak langsung pada <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) Intention</i> melalui <i>self-presentation</i> yang positif.

Berdasarkan hasil *literature review* peneliti merumuskan beberapa keaslian penelitian ini sebagai berikut:

1. Keaslian Topik

Penelitian ini memiliki perbedaan topik dengan penelitian-penelitian terdahulu. Peneliti menggabungkan tiga variabel untuk diteliti yaitu narsisme, kejelasan konsep diri, dan presentasi diri online. Adapun riset-riset terdahulu telah meneliti variabel-variabel tersebut namun secara terpisah. Seperti penelitian Fullwood et al. (2016), Strimbu & O'Connell (2019), dan Musicò (2023) yang meneliti korelasi kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online. Kemudian, penelitian Brailovskaia & Bierhoff (2016), Hasan & Neela (2022), dan Arifah et al. (2023) yang meneliti keterkaitan narsisme dengan presentasi diri online.

2. Keaslian Teori

Untuk acuan teori variabel-variabel yang diteliti, peneliti menggunakan teori milik Strimbu et al. (2021) sebagai acuan variabel tergantung yaitu presentasi diri online. Teori tersebut sudah pernah digunakan oleh Arifah et al. (2023). Kemudian, variabel bebas pertama yaitu narsisme menggunakan teori Žemojtel-Piotrowska et al. (2019) yang juga sudah digunakan oleh Arifah et al. (2023). Selain itu, untuk variabel bebas kedua yaitu kejelasan konsep diri menggunakan teori Campbell et al. (1996). Teori tersebut sudah pernah dipakai dalam penelitian Fullwood et al. (2016), Strimbu & O'Connell (2019), dan Musicò (2023). Oleh

karena itu, dari segi teori peneliti mengacu pada teori yang juga diacu peneliti-peneliti sebelumnya.

3. Keaslian Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan untuk variabel tergantung yaitu presentasi diri online adalah POSSA (*Presentation Online Self Scale Adult*) milik Strimbu et al. (2021). Kemudian, alat ukur variabel bebas pertama dalam penelitian ini yaitu narsisme menggunakan alat ukur NPI-13 (*Narcissistic Personality Inventory*) milik Žemojtel-Piotrowska et al. (2019). Kedua skala tersebut, sudah pernah digunakan di satu penelitian yang sama yaitu penelitian milik Arifah et al. (2023). Selain itu, terdapat variabel bebas kedua yaitu kejelasan konsep diri yang menggunakan skala SCCS (*Self-Concept Clarity Scale*) milik Campbell et al. (1996). Skala ini sudah pernah digunakan dalam penelitian Fullwood et al. (2016), Strimbu & O'Connell (2019), dan Musicò (2023). Ketiga skala tersebut peneliti adopsi ke dalam bahasa Indonesia.

4. Keaslian Responden Penelitian

Penelitian ini menjadikan mahasiswa pengguna Instagram sebagai responden penelitian, sama halnya dengan penelitian sebelumnya. Namun, dalam penelitian ini berfokus pada mahasiswa yang ada di Yogyakarta. Hal tersebut yang menjadikan penelitian ini memiliki perbedaan responden pada penelitian sebelumnya mengenai presentasi diri online, narsisme, dan kejelasan konsep diri dalam cakupan wilayah Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara narsisme dan kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram.
2. Secara parsial terdapat hubungan positif antara narsisme dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram.
3. Secara parsial juga terdapat hubungan negatif antara kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online.
4. Sumbangan efektif simultan dua variabel bebas terhadap presentasi diri online sebesar 22,4%. Adapun sumbangan parsial narsisme sebesar 3,7% dan sumbangan parsial kejelasan konsep diri sebesar 18,7%.
5. Hasil analisis uji beda tingkat presentasi diri online ditinjau dari jenis kelamin menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat presentasi diri online antar kelompok pada kelompok laki-laki dengan kelompok perempuan. Perempuan memiliki tingkat presentasi diri lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki.
6. Hasil uji beda tingkat presentasi diri berdasarkan usia dan intensitas penggunaan Instagram/hari menunjukkan tidak ada perbedaan tingkat presentasi diri dari kelompok kategori tersebut.

B. Saran

Mengacu pada hasil penelitian, pembahasan, maupun kesimpulan yang telah disampaikan di atas, maka peneliti merumuskan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Responden Penelitian

Setelah mengetahui hubungan narsisme dan kejelasan konsep diri dengan presentasi diri online, maka disarankan kepada responden untuk menampilkan diri secara online dengan cara yang jujur tanpa menyembunyikan identitas atau nilai-nilai yang dimiliki. Kemudian, untuk menurunkan perilaku narsisme dapat dilakukan dengan cara menetapkan batasan yang jelas dalam hubungan atau interaksi, tetap fokus terhadap fakta, usahakan menghindari *oversharing* dan tidak mencari persetujuan atau pengakuan dari orang lain dalam mengunggah apapun di media sosial. Selain itu, disarankan pula untuk mengurangi kritik terhadap diri sendiri dan meningkatkan kejernihan dalam pikiran dan emosi sehingga menumbuhkan rasa penerimaan yang dapat berdampak positif pada kejelasan konsep diri.

2. Bagi Khalayak Umum

Masyarakat umum perlu memahami bahwa perilaku narsisme berhubungan dengan presentasi diri online. Oleh karena itu, disarankan bagi mereka untuk mengurangi perilaku narsisme seperti kebutuhan untuk diakui secara berlebihan, sombong, dan mengunggah konten hanya untuk mendapatkan perhatian. Selain itu, masyarakat juga perlu

untuk meningkatkan kejelasan konsep diri agar dapat menurunkan presentasi diri online. Hal-hal yang disarankan untuk dilakukan adalah menerima diri apa adanya dengan segala kelebihan dan kekurangan, refleksi diri agar lebih memahami tentang identitas diri dan tujuan hidup, serta terbuka terhadap perubahan dan pengalaman baru yang dapat membentuk konsep diri.

3. Bagi peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu untuk menggali dan menggunakan faktor-faktor lain sebagai variabel bebas dari presentasi diri online seperti harga diri, kecemasan sosial, dan privasi online atau anonimitas agar dapat memperkaya keilmuan. Selain itu, dalam pengambilan data penelitian dapat dilakukan dengan menyebar kuisioner secara langsung atau *offline* serta disarankan untuk menyeimbangkan proporsi jumlah responden baik dari segi jenis kelamin maupun usia.

Kemudian, terkait pengambilan sampel hendaknya dilakukan dengan teknik *probability/random sampling* spesifiknya yaitu *cluster random sampling* (klasterisasi acak universitas-universitas dalam provinsi), sehingga representasi responden lebih dicapai karena memberikan kesempatan yang sama untuk seluruh anggota populasi. Penelitian selanjutnya diharapkan juga lebih mengeksplorasi dengan metode penelitian kualitatif maupun eksperimen untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai presentasi diri online dari diri individu

dan menurunkan perilaku presentasi diri online yang berlebihan melalui pemberian intervensi.

4. Bagi Pembuat Kebijakan *Setting* pada Media Sosial Instagram

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi sehingga dapat menjadi rujukan untuk mengevaluasi *setting* pada Instagram khususnya keberadaan filter yang mendukung maraknya presentasi diri online yang tidak autentik. Dengan demikian, diharapkan dapat dibuat *setting* untuk membatasi penggunaan melalui pemberian intervensi.

5. Bagi Perempuan Pengguna Instagram

Setelah mengetahui hasil analisis uji beda berdasarkan jenis kelamin bahwa tingkat presentasi diri perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki, maka perempuan pengguna Instagram diharapkan untuk memperhatikan unggahannya di media sosial. Untuk menurunkan tingkat presentasi diri yang tinggi dapat dilakukan dengan cara mengenali diri sendiri, usahakan tidak terlalu memikirkan opini orang lain, belajar menerima kekurangan dan kelebihan diri sendiri. Upaya tersebut perlu dilakukan agar presentasi diri yang dilakukan dapat lebih jujur dan apa adanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Aiyuda, N. (2019). Presentasi Diri di Media Sosial Psychopolitan. *Psikologi*, 2(2), 155–161.
- Amalia, R. W., & Dahriyanto, L. F. (2023). Online Self-Presentation and Braggadocian Behavior in Millennials. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.15294/sip.v12i1.69227>
- Annur, C. M. (2024). *Penetrasi Internet DI Yogyakarta Tertinggi di Pulau Jawa pada 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/05/penetrasi-internet-di-yogyakarta-tertinggi-di-pulau-jawa-pada-2024>
- Arianna, P. F. (2014). *Online Self-Presentation: Examining the Relationship Between Facebook Use, Narcissism, Social Anxiety, Loneliness and Self-Esteem*. Galsglow: Glasgow Caledonian University.
- Arifah, P., Mikarsa, H. L., Rahardjo, W., & Kunci, K. (2023). *How Emerging Adults Present Themselves on Social Media: Online Self-Presentation Influenced by Self-Esteem , Narcissistic Personality , and Online Privacy*. 7(3), 114–122.
- Arifin, Udin, B., & Nurdyansyah. (2021). Buku Ajar Statistik Pendidikan. In *Forum Statistika dan Komputasi* (Vol. 8, Issue 1). Sidoarjo: Umsida Press Sidoarjo., Mojopahit 666 B.
- Attrill, A. (2015). The Manipulation of Online Self-Presentation. In *The Manipulation of Online Self-Presentation*. <https://doi.org/10.1057/9781137483416>
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi* (2 (ed.)). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi* (3rd ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baker, S. A., & Walsh, M. J. (2018). ‘Good Morning Fitfam’: Top posts, hashtags and gender display on Instagram. *New Media and Society*, 20(12), 4553–4570. <https://doi.org/10.1177/1461444818777514>
- Balci, Ş., & Karaman, S. Y. (2020). Social Media Usage, Self-Presentation, Narcissism, and Self-Esteem as Predictors of Instagram Addiction: An Intercultural Comparison. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1213–1239. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.719895>
- BAPPEDA DIY. (2023). *Jumlah Peserta Didik Yogyakarta*. https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/482-jumlah-peserta-

didik

- Baumeister, R. F., & Bushman, B. J. (2017). *Social Psychology and Human Nature, Brief Version*. (4. b.) Belmont. In CA: Nelson Education.
- Biolcati, R., & Passini, S. (2018). Narcissism and self-esteem: Different motivations for selfie posting behaviors. *Cogent Psychology*, 5(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2018.1437012>
- Bland, J. M., & Altman, D. G. (1997). Statistics Notes: Cronbach's Alpha. In *Bmj* (Vol. 314, Issue 7080, p. 572). <https://doi.org/10.1136/bmj.314.7080.572>
- Boyraz, G., Waits, J. B., & Felix, V. A. (2014). Authenticity, Life Satisfaction, and Distress: A Longitudinal Analysis. *Journal of Counseling Psychology*, 61(3), 498–505. <https://doi.org/10.1037/cou0000031>
- Brailovskaia, J., & Bierhoff, H. W. (2016). Cross-Cultural Narcissism on Facebook: Relationship Between Self-Presentation, Social Interaction and the Open and Covert Narcissism on a Social Networking Site in Germany and Russia. *Computers in Human Behavior*, 55, 251–257. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.018>
- Brailovskaia, J., Rohmann, E., Bierhoff, H. W., & Margraf, J. (2020). The anxious addictive narcissist: The relationship between grandiose and vulnerable narcissism, anxiety symptoms and Facebook Addiction. *PLoS ONE*, 15(11 November), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0241632>
- Brown, J. D. (2017). *The Self*. New York, NY: Psychology Press.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indoensia. *Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Campbell, J. D. (1990). Self-Esteem and Clarity of the Self-Concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(3), 538–549. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.59.3.538>
- Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavalley, L. F., & Lehman, D. R. (1996). “Self-Concept Clarity: Measurement, Personality Correlates, and Cultural Boundaries”: Correction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(6), 1114–1114. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.6.1114>
- Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2011). *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality*. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52(4), 482–486. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.011>
- Chabibi, M., Hikmah, E. R., Chabibi -Elok, M., Hikmah, R., & Kunci, K. (2019). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Filter Pada Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa*. 1(1), 59–75.
- Chen, S., & Zhi, K. (2022). *How active and passive social media use affects impulse buying in Chinese college students ? The roles of emotional responses , gender , materialism and. September*, 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1011337>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls' Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Coolican, H. (2018). Research Methods and Statistics in Psychology. In *Research Methods and Statistics in Psychology*. <https://doi.org/10.4324/9781315201009>
- Davis, K. (2012). Tensions of Identity in a Networked Era: Young People's Perspectives on the Risks and Rewards of Online Self-Expression. *New Media and Society*, 14(4), 634–651. <https://doi.org/10.1177/1461444811422430>
- Devinta, M. (2015). Fenomena Culture Shock (Gegar Budaya) Pada Mahasiswa Perantauan Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Sosiologi*, 5(3), 1–15. <https://doi.org/10.31332/am.v12i1.1310>
- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Lying or Longing for Likes? Narcissism, Peer Belonging, Loneliness and Normative Versus Deceptive Like-Seeking on Instagram in Emerging Adulthood. *Computers in Human Behavior*, 71, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). GPOWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 28(1), 1–11. <https://doi.org/10.3758/BF03203630>
- Erikson, E. H. (1993). *Childhood and Society* (2nd ed). Norton & Company.
- Farci, M., & Scarcelli, C. M. (2024). Negotiating Gender in the Digital Age: Young People and the Representation of Femininity and Masculinity on Social Media. *Italian Sociological Review*, 14(1), 93–113. <https://doi.org/10.13136/isr.v14i1.645>
- Ferryanti, N. V., Setiasih, & Kesumaningsari, N. P. A. (2021). Self-Presentation Berperan terhadap Psychological Well-Being: Survey pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram (Role of Self-Presentation on Psychological Well-Being: A Survey of Emerging Adulthood Instagram Users). *Jurnal*

Ilmiah Psikologi Mind Set, 12(2), 88–96.

- Fullwood, C., James, B. M., & Chen-Wilson, C. H. J. (2016). Self-Concept Clarity and Online Self-Presentation in Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 716–720. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0623>
- Geary, C., March, E., & Grieve, R. (2021). Insta-identity: Dark personality traits as predictors of authentic self-presentation on Instagram. *Telematics and Informatics*, 63(May), 101669. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101669>
- Guerrettaz, J., & Arkin, R. M. (2016). Distinguishing the subjective and the objective aspects of self-concept clarity. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(4), 219–230. <https://doi.org/10.1111/spc3.12243>
- Hackett, P. M. W. (2018). Quantitative Research Methods in Consumer Psychology. In *Quantitative Research Methods in Consumer Psychology*. <https://doi.org/10.4324/9781315641577>
- Handini, D., Hidayat, F., Attamimi, A. N. R., Putri, D. A. V., Rouf, M. F., & Anjani, N. R. (2020). Statistik Pendidikan Tinggi (Higer Education Statistic) 2020. In *Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud* (5th ed.). Annual Publication. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/asset/data/publikasi/Statistik Pendidikan Tinggi 2020.pdf>
- Hart, W., Adams, J., Burton, K. A., & Tortoriello, G. K. (2017). Narcissism and self-presentation: Profiling grandiose and vulnerable Narcissists' self-presentation tactic use. *Personality and Individual Differences*, 104, 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.06.062>
- Hartinah, S., Sriati, A., & Kosasih, C. E. (2019). Gambaran Tingkat Gejala Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Keperawatan Universitas Padjadjaran. *Jurnal Keperawatan BSI*, 7(1), 123–133. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jk>
- Hasan, M. K., & Neela, N. M. (2022). Adventure Tourists' Electronic Word-Of-Mouth (E-WOM) Intention: The Effect Of Water-Based Adventure Experience, Grandiose Narcissism, and Self-Presentation. *Tourism and Hospitality Research*, 22(3), 284–298. <https://doi.org/10.1177/14673584211026326>
- Hendraswara, A. R., Hutabarat, H. N., & Hanami, Y. (2021). Gambaran Tipe Self-Presentation melalui Konten Foto Instagram pada Mahasiswi. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(2), 299–314. <https://doi.org/10.15575/psy.v7i2.7159>
- Hjetland, G. J., Finserås, T. R., Sivertsen, B., Colman, I., Hella, R. T., & Skogen, J. C. (2022). Focus on Self-Presentation on Social Media across Sociodemographic Variables, Lifestyles, and Personalities: A Cross-Sectional Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17). <https://doi.org/10.3390/ijerph191711133>

- Hong, F. Y., Huang, D. H., Lin, H. Y., & Chiu, S. L. (2014). Analysis of the Psychological Traits, Facebook Usage, and Facebook Addiction Model of Taiwanese University Students. *Telematics and Informatics*, 31(4), 597–606. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.01.001>
- Huang, J., Kumar, S., & Hu, C. (2021). A Literature Review of Online Identity Reconstruction. *Frontiers in Psychology*, 12(August). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696552>
- Hurlock, E. B. (1996). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. In *Isti Widiyati, Jakarta: Erlangga*.
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian*. Gunadarma Ilmu.
- Jackson, C. A., & Luchner, A. F. (2018). Self-Presentation Mediates the Relationship Between Self-Criticism and Emotional Response to Instagram Feedback. *Personality and Individual Differences*, 133, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.052>
- Kolesnyk, D., de Jong, M. G., & Pieters, R. (2021). Gender Gaps in Deceptive Self-Presentation on Social-Media Platforms Vary With Gender Equality: A Multinational Investigation. *Psychological Science*, 32(12), 1952–1964. <https://doi.org/10.1177/09567976211016395>
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552–556. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Lewandowski, G. W., Nardone, N., & Raines, A. J. (2010). The Role of Self-Concept Clarity in Relationship Quality. *Self and Identity*, 9(4), 416–433. <https://doi.org/10.1080/15298860903332191>
- Li, Y., Ma, X., Feng, C., & Wang, Y. (2024). Parental psychological control and adolescents depression during the COVID-19 pandemic: the mediating and moderating effect of self-concept clarity and mindfulness. *Current Psychology*, 43(15), 13850–13860. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03445-9>
- LLDIKTI. (2024). *Daftar Alamat Perguruan Tinggi di Wilayah DIY*. <https://lldikti5.id/evira/frontpage/alamatpt>
- Lodi-Smith, J., & DeMarree, K. G. (2018). Self-Concept Clarity: Perspectives on Assessment, Research, and Applications. In *Self-Concept Clarity: Perspectives on Assessment, Research, and Applications*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71547-6>
- Luvy, K., & Rachmah, E. N. (2019). Relasi Narsisme dan Konsep Diri pada Pengguna Instagram. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu Di Era Revolusi Informasi*, 136–142.

- Mann, R. B., & Blumberg, F. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery. *Acta Psychologica*, 228(November 2021), 103629. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103629>
- Mattern, J. (2016). *Instagram* (Liz Salzmänn (ed.)). ABDO. https://books.google.co.id/books?id=0BvPDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Maximova, O. B., & Lukyanova, G. O. (2020). Gender differences online: self-representation and involvement in political communication on Facebook. *Heliyon*, 6(12). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05613>
- Metcalfe, S. N., & Llewellyn, A. (2020). “It’s Just the Thing You Do”: Physical and Digital Fields, and the Flow of Capital for Young People’s Gendered Identity Negotiation. *Journal of Adolescent Research*, 35(1), 84–110. <https://doi.org/10.1177/0743558419883359>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55–64. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Moore, T. (2024). *Instagram Statistics 2024*. <https://viralyft.com/blog/instagram-statistics>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Musicò, A. (2023). The Role of Perfectionistic Self-Presentation and Problematic Instagram Use in the Relationship Between Self-Concept Clarity and Body Disconnection: A Serial Mediation Model. *Psychological Reports*, 0(0), 1–15. <https://doi.org/10.1177/00332941231177245>
- Navarro, & Foxcroft. (2019). *Learning Statistics with Jamovi: a Tutorial for Psychology Students and Other Beginners*. (Version 0.70). <https://doi.org/https://doi.org/10.24384/hgc3-7p15>
- O’Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., Mulligan, D. A., Altmann, T. R., Brown, A., Christakis, D. A., Falik, H. L., Hill, D. L., Hogan, M. J., Levine, A. E., & Nelson, K. G. (2011). Clinical Report - The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. *Pediatrics*, 127(4), 800–804. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- Pajares, F., & Schunk, D. H. (2002). Improving Academic Achievement. In *Improving Academic Achievement* (pp. 3–21). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B978012064455150004X>
- Papalia, R. D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). Physical and Cognitive

Development in Adolescence. In *Human Development*.

- Petre, C. E. (2021). The relationship between internet use and self-concept clarity: A systematic review and meta-analysis. *Cyberpsychology*, 15(2). <https://doi.org/10.5817/CP2021-2-4>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran (1st ed.)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putra, B. S., Arifin, B. S., & Hermawati, N. (2016). Mortality Salience dengan Kebahagiaan Pada Masa Dewasa Awal. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 4(1), 100–112. <https://doi.org/10.22219/jipt.v4i1.2883>
- Putri, D. W. (2019). Presentasi Diri Beauty Influencer Abel Cantika Melalui Youtube Channel. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 30. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i1.1583>
- Rahmah, T. R., Permatasari, N., & Rustham, A. T. P. (2019). Hubungan Antara Self Presentation Pada Media Sosial Dan Pembentukan Identitas Diri Pada Remaja Akhir. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XII)*, Temilnas Xii, 134–143.
- Rarasati, D. B., Hudaniah, H., & Prasetyaningrum, S. (2019). Strategi Presentasi Diri Pengguna Instagram Ditinjau dari Tipe Kepribadian. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 7(2), 235–251. <https://doi.org/10.22219/jipt.v7i2.8164>
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Reed, P., & Saunders, J. (2020). Sex differences in online assertive self-presentation strategies. *Personality and Individual Differences*, 166(April), 110214. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110214>
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2018). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 2(3), 172. <https://doi.org/10.22146/gamajop.36941>
- Rubtsova, O. V., Poskakalova, T. A., & Shiryayeva, E. I. (2021). Features of on-line behavior in adolescents with different levels of self-concept clarity. *Psychological Science and Education*, 26(4), 20–33. <https://doi.org/10.17759/PSE.2021260402>
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2013). Strategic Self-Presentation Online: A Cross-Cultural Study. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 110–118.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.022>

- Sakinah, U., Zatrachadi, M. F., & Darmawati, D. (2020). Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 34. <https://doi.org/10.24014/0.8710544>
- Santika, E. S. (2024). *Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Capai 79,5% per 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/12/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-795-per-2024>
- Santrock, J. W. (2011). *Life - Span Development : Perkembangan Masa Hidup* (Edisi 13,).
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Untirta. *Community : Pengawas Dinamika Sosial*, 6(1), 10. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v6i1.1792>
- Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N., & Gillespie-Lynch, K. (2018). Why Do College Students Prefer Facebook, Twitter, Or Instagram? Site Affordances, Tensions Between Privacy and Self-Expression, and Implications for Social Capital. *Computers in Human Behavior*, 86, 276–288. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.041>
- Shewale, R. (2024). *Instagram Statistics – Global Demographics & Trends (2024)*. <https://www.demandsage.com/instagram-statistics/>
- Showers, C. J., & Zeigler-Hill, V. (2007). Compartmentalization and Integration: The Evaluative Organization of Contextualized Selves. *Journal of Personality*, 75(6), 1181–1204. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2007.00472.x>
- Soraya, M. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 13(4), 357–364.
- Strimbu, N., O’Connell, M., Nearchou, F., & Ó’Sé, C. (2021). Adaption and Psychometric Evaluation of the Presentation of Online Self Scale in Adults. *Computers in Human Behavior Reports*, 3(October 2020). <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100073>
- Strimbu, Nicole, & O’Connell, M. (2019). The Relationship between Self-Concept and Online Self-Presentation in Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(12), 804–807. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0328>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supratiknya, A. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kuantitatif dalam Psikologi*. Yogyakarta: Penerbit Universitas Sanata Dharma.
- Thomaes, S., & Brummelman, E. (2016). Narcissism. In D. Cicchetti (Ed.),

- Developmental Psychopathology* (3rd ed., Vol. 4). Hoboken, NJ: Willey.
- Timo, G., & Markus, A. (2014). Narcissism and Social Networking Behavior: A Meta-Analysis Social. *The Laryngoscope*, 2, 2–31.
- Ubaradka, A., Fathima, A., & Batra, S. (2023). Psychological Correlates of Perfectionistic Self-Presentation Among Social Media Users. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.4018/IJCBPL.324089>
- Vaknin, S. (2007). *Malignant self love: Narcissism revisited*. Macedonia: Narcissus Publishing.
- Vanhoffelen, G., Schreurs, L., & Vandenbosch, L. (2024). Me, My Self-Presentations and I: Within-Person Associations Between Narcissism, Social Media Use and Peer Attachment. *Media Psychology*, 1–37. <https://doi.org/10.1080/15213269.2024.2366925>
- Widowati, R. I. W. (2022). Analisis Dampak Psikologis Pada Pengguna Media Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(2), 272–283.
- Willis, G. B. (2004). *Cognitive Interviewing: A Tool for Improving Questionnaire Design*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Willis, M. L., Oliver, E., & March, E. (2023). Dating in the dark: Vulnerable narcissism predicts inauthentic self-presentation in online dating. *Telematics and Informatics*, 81, 101985. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101985>
- Wright, E. J., White, K. M., & Obst, P. L. (2018). Facebook False Self-Presentation Behaviors and Negative Mental Health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(1), 40–49. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0647>
- Yang, C. chen, & Bradford Brown, B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(2), 402–416. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>
- Yu, S., & Setiyaningrum, A. (2019). Studi Mengenai City Branding Kota Yogyakarta Sebagai Kota Pelajar Di Indonesia. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 31. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2019.v13.i01.p04>
- Żemojtel-Piotrowska, M., Piotrowski, J., Rogoza, R., Baran, T., Hitokoto, H., & Maltby, J. (2019). Cross-Cultural Invariance of NPI-13: Entitlement as Culturally Specific, Leadership and Grandiosity as Culturally Universal. *International Journal of Psychology*, 54(4), 439–447. <https://doi.org/10.1002/ijop.12487>