

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Manusia secara sosial membutuhkan kehadiran manusia lain dalam hidupnya (Diwyartha dkk., 2021). Astiani (2017) menyatakan bahwa manusia memiliki keinginan untuk mengetahui lingkungan sosialnya dan juga ingin mengetahui apa yang terjadi pada diri sendiri. Keingintahuan ini yang mendorong manusia untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Ramadhani dan Ningsih (2021) mengungkapkan bahwa kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka.

Kemajuan peradaban manusia yang mempercepat dan memudahkan kebutuhan manusia dibuktikan melalui adanya perkembangan teknologi pada bidang komunikasi (Asyari & Nurmina, 2024). Contoh nyata dari adanya perkembangan teknologi yaitu adanya media sosial. Media sosial merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain dengan efektif dan efisien (Rahadi, 2017). Salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat adalah Instagram.

Yunita dan Amirudin (2019) mengungkapkan Instagram merupakan salah satu media sosial yang pertumbuhannya paling cepat. Instagram memudahkan penggunaannya untuk berbagi foto maupun video secara *online* kepada pengikut

di Instagram. Sistem sosial di Instagram yaitu dengan menjadi pengikut akun pengguna instagram lain dan juga mempunyai pengikut Instagram (Monica, 2023). Melalui tanda suka dan komentar pada foto yang diunggah, pengguna instagram dapat menjalin komunikasi dengan sesama pengguna.

Baity dan Perdhana (2022) menjelaskan bahwa Instagram merupakan media sosial yang diluncurkan tahun 2010 dan seiring berjalannya waktu mengalami peningkatan pengguna yang signifikan hingga menjadi salah satu media sosial yang paling sering dan banyak digunakan oleh kalangan anak muda di Indonesia. Rejeki, Komalawati, dan Indriyanti (2020) mengatakan bahwa konsep interaksi sosial yang mudah ini pada akhirnya membuat masyarakat sangat suka menggunakan Instagram, khususnya di kalangan mahasiswa. Adanya media sosial Instagram membuat mahasiswa dapat menjalin interaksi satu sama lain dengan pengguna lain yaitu dengan membagikan foto maupun video dan meninggalkan komentar pada unggahan tersebut.

Berdasarkan laporan We Are Social diketahui jumlah pengguna Instagram seluruh dunia per April 2023 menyentuh angka 1,63 miliar. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 12,2% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Sementara itu, pada April 2023 jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai angka 106 juta orang pengguna. Hal ini menjadikan Indonesia menduduki urutan keempat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak dan per April 2023 Instagram menduduki urutan keempat aplikasi paling terkenal di dunia setelah Facebook, YouTube, dan WhatsApp (Julius, 2024).

Menurut laporan Napoleon Cat tahun 2021 data demografis pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun yaitu sebanyak 33,90 juta dengan rincian 19,8% perempuan dan 17,5% laki-laki (Annur, 2021). Lalu, per juli 2022 tercatat pengguna Instagram tertinggi di Indonesia mencapai 38,9% mayoritas usia 18-24 tahun yaitu sebanyak 111,19 juta pengguna yang terdiri dari 55,4% perempuan dan 44,6% laki-laki (Nurhayati-Wolff, 2023). Pada rentang usia tersebut merupakan kelompok usia mahasiswa yaitu dimana masa peralihan dari masa remaja akhir menuju masa dewasa awal. Yunita (dalam Fitriana & Yuniati, 2021) mengatakan jika masa peralihan yang juga terjadi pada mahasiswa ini mendorong mereka untuk dapat menghadapi berbagai tuntutan dan tugas perkembangan yang baru. Menurut Yunita (dalam Fitriana & Yuniati, 2021) pada masa peralihan ini mahasiswa juga berada dalam fase pencarian jati diri. Usaha yang dilakukan mahasiswa sebagai salah satu pengguna Instagram untuk dapat mengembangkan citra dirinya adalah dengan mempresentasikan diri secara online.

Presentasi diri *online* merupakan wujud presentasi diri baru yang melibatkan internet dan kemajuan teknologi (Arifah dkk., 2023). Presentasi diri *online* adalah dimana seorang individu menampilkan diri dengan berbagai aspek yang berbeda dari diri (*self*) (Michikyan dkk., 2014). Tama (2018) mengungkapkan bahwa presentasi diri *online* memuat berbagai aspek yang berbeda dan juga dapat terwujud dalam berbagai bentuk presentasi diri yang beragam dalam menampilkan diri. Adanya sosial media Instagram ini menyediakan berbagai macam pilihan bagi penggunaannya untuk mempresentasikan diri (Poetri & Hairunnisa, 2022). Bagi

individu yang mengalami kesulitan dalam menampilkan diri, mereka memiliki caranya sendiri yang perbedaannya terlihat saat mempresentasikan di Instagram.

Junaidi (2021) mengatakan bahwa hampir setiap orang menginginkan untuk terlihat baik dimata orang lain dan salah satu caranya adalah dengan membentuk kesan yang kuat dihadapan orang lain. Oleh karena itu, ketika seorang individu berada di media sosial atau sedang *online*, mereka akan berupaya menunjukkan sisi terbaiknya agar menciptakan kesan yang baik dirinya terhadap orang lain. Dalam Psikologi Sosial hal ini dikenal sebagai presentasi diri *online*.

Goffman (dalam Rozika & Ramdhani, 2016) menjelaskan bahwa presentasi diri merupakan usaha individu untuk menciptakan kesan dirinya terhadap orang lain. Rui dan Stefanone (2013) mendefinisikan presentasi diri *online* adalah bentuk presentasi diri yang dilakukan oleh seorang individu bukan secara langsung atau tatap muka, tetapi dalam konteks *online* yang bertujuan untuk menciptakan kesan atau meninggalkan kesan pada orang lain. Goffman (1959) menjelaskan mengenai bagaimana individu menunjukkan kesan baik kepada orang lain seperti pada penampilan teater. Ia menggambarkan individu adalah seorang aktor yang harus memberikan pertunjukan yang baik kepada penontonnya.

Pendapat lain dari Barker (2008) mendeskripsikan presentasi diri *online* adalah suatu proses pengembangan diri yang digambarkan, dibangun, ditampilkan, dimainkan maupun ditutupi dalam kehidupan sehari-hari (kehidupan nyata) demi membentuk dan membangun identitas diri individu di lingkungan sosial *online*. Aspek presentasi diri *online* oleh Michikyan dkk. (2014) ada tiga, yaitu *Real Self* (diri nyata) mencakup perasaan sesungguhnya yang muncul karena adanya

dorongan internal, *Ideal Self* (diri ideal) mencakup atribut ideal dalam diri individu yang memungkinkan terlibatnya sisi positif maupun negatif dari dalam diri individu, dan *False Self* (diri palsu) mencakup perilaku maupun perasaan yang tidak seperti diri individu yang sebenarnya.

Saptasagar (dalam Latupeirissa & Wijono, 2022) menjelaskan dampak positif presentasi diri adalah terwujudnya komunikasi dengan orang lain, termasuk keluarga, serta memperluas pertemanan. Pada akhirnya, presentasi diri membantu individu untuk berhubungan atau berinteraksi dengan orang lain. Jika individu mampu untuk mengekspresikan dirinya di depan orang lain, maka individu tersebut dianggap sebagai wujud dari sikap yang ingin disampaikan kepada orang lain. Oleh karena itu, presentasi diri penting untuk dilakukan.

Latupeirissa dan Wijono (2022) juga menambahkan dampak negatif dari presentasi diri yang rendah dalam penggunaan Instagram menyebabkan individu tersebut berpikiran negatif tentang penampilan fisik mereka dan berpengaruh pada aspek psikologis mahasiswa. Hal ini dapat dilihat ketika individu mempercayai bahwa orang lain mempunyai penilaian negatif terhadap dirinya, maka presentasi diri yang dilakukan menjadi tidak optimal dan cenderung menampilkan karakter yang sifatnya juga negatif, sehingga individu cenderung melihat apa yang sekiranya akan disenangi dan diterima oleh orang lain (Effendi, 2023).

Menurut hasil penelitian Ramadhani dan Ningsih (2021) yang berjudul “Kontribusi *Self Esteem* Terhadap *Self Presentation* Pada Remaja Pengguna Instagram” diketahui bahwa dari 40 remaja dengan rentang usia 15-22 tahun, sebanyak 24 orang (62,5%) berada pada kategori presentasi diri yang rendah. Hal

ini didukung dengan penelitian Kusumasari dan Hidayati (2014) yang berjudul “Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media Sosial” diketahui dari 96 remaja, sebanyak 54 orang (56%) termasuk ke dalam kategori presentasi diri yang rendah di media sosial. Serupa dengan kategori skor skala presentasi diri pada hasil penelitian Arifin (2022) yang berjudul “Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Kebumen” diketahui dari 378 mahasiswa terdapat 180 orang dengan presentase 47,6% berada pada kategori presentasi diri rendah.

Berdasarkan data-data penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja dan mahasiswa pengguna Instagram menunjukkan tingkat presentasi diri *online* yang rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak dari remaja maupun mahasiswa yang mungkin mengalami kesulitan atau kekhawatiran dalam menampilkan diri secara *online* di media sosial Instagramnya. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan fokus penelitian pada presentasi diri *online* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Hal tersebut karena mahasiswa menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu sarana untuk memperluas wawasan dan mempresentasikan diri (Montag dkk., 2018). Instagram memungkinkan mahasiswa untuk menampilkan berbagai macam aspek diri mereka dan berinteraksi secara luas yang berpotensi mempengaruhi caranya dalam mempresentasikan diri secara *online*.

Pentingnya memperhatikan presentasi diri bagi usia remaja khususnya mahasiswa yang dalam penggunaan Instagram cenderung mempresentasikan diri yang dianggap ideal. Penelitian Latupeirissa dan Wijono (2022) menunjukkan

bahwa mahasiswa aktif menggunakan media sosial Instagram sebagai cara untuk mengungkapkan diri, keadaan, perasaan, dan hal-hal yang dianggap penting untuk dilihat oleh orang lain tentang dirinya.

Pada hari Jumat, 10 November 2023 peneliti melakukan survei kepada 15 responden dengan karakteristik yaitu mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia yang aktif menggunakan Instagram dengan rentang usia 18-25 tahun. Survei dilakukan melalui *google form* dengan 10 pertanyaan terbuka yang diajukan mencakup tiga aspek presentasi diri *online* dari Michikyan dkk. (2014), yaitu *Real Self* (diri nyata), *Ideal Self* (diri ideal), dan *False Self* (diri palsu). Pada aspek *Real Self* (diri nyata), sebanyak 11 responden menyatakan bahwa mereka menunjukkan diri yang sebenarnya dengan menggunakan Instagram sesuai keadaan diri yang sebenarnya dengan mengunggah aktivitas berupa foto maupun video momen-momen berkesan yang dimiliki. Sebagian besar responden tersebut merasa bahwa tidak perlu ada perbedaan terkait kebebasan mengekspresikan diri yang sebenarnya, baik di Instagram maupun dalam kehidupan nyata. Aspek ini mengungkap sebuah perasaan sesungguhnya yang muncul karena dorongan internal (Michikyan dkk., 2014).

Pada aspek *Ideal Self* (diri ideal), sebanyak 14 responden mengungkapkan bahwa mereka memiliki motivasi tertentu untuk mencapai standar diri tertentu di Instagram, sehingga mereka berupaya untuk memenuhi standar atau hal ideal apa yang harus diunggah di Instagram. Gambaran diri ideal yang diperlihatkan merupakan bagian karakteristik ideal mereka yang melibatkan sisi positif dari dalam diri. Responden termotivasi untuk mencapai standar diri yang ideal ketika berada

di Instagram dengan mengunggah hal yang positif dengan harapan bahwa hal tersebut akan menciptakan kesan positif dirinya di mata pengguna Instagram yang lain. Contoh hal positif yang diunggah oleh responden yaitu mengunggah ulang pada cerita (*repost story*) informasi terkini dan mengunggah foto diri sendiri dengan penampilan terbaik serta menggunakan *filter*. Selain itu, mereka juga lebih menonjolkan kelebihan maupun kemampuan yang dimiliki melalui unggahannya. Aspek ini mengungkap atribut ideal dalam diri seorang individu, seperti aspirasi, harapan, dan keinginan, dimana hal tersebut memungkinkan terlibatnya sisi positif maupun negatif dari dalam diri individu (Michikyan dkk., 2014).

Pada aspek *False Self* (diri palsu), sebanyak 10 responden merasa perlu untuk menyembunyikan atau tidak memperlihatkan aspek-aspek diri yang sebenarnya di Instagram dengan alasan bahwa tidak semua hal tentang diri responden harus diketahui oleh orang lain. Responden mengatakan bahwa sebagai pengguna Instagram perlu untuk menyesuaikan atau bahkan membedakan cara dalam bersikap, berperilaku, atau berpenampilan antara di dunia nyata dengan di media sosial. Hal-hal yang tidak memiliki *value* tidak perlu diunggah. Responden juga mengatakan bahwa sering kali apa yang diunggah bukan bagian dari diri mereka yang sebenarnya. Aspek ini mengungkap perilaku atau perasaan yang tidak sesuai dengan diri individu yang sebenarnya.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa terdapat masalah presentasi diri *online* di kalangan mahasiswa pengguna Instagram yaitu ketika *mengupload* sebuah postingan, dianggap sebagai wujud dari presentasi diri yang seutuhnya. Meskipun terdapat variasi dalam cara menunjukkan diri nyata,

ideal, atau bahkan menyembunyikan aspek tertentu dari dirinya, hal ini berarti menunjukkan bahwa presentasi diri *online* bukanlah refleksi yang sepenuhnya akurat dari identitas diri individu di kehidupan nyata (Marwick & Boyd, 2011). Hal tersebut juga menunjukkan bahwa terdapat kompleksitas dan tantangan dalam mempertahankan keaslian dan konsistensi antara kehidupan nyata dan gambaran diri yang ditunjukkan di media sosial. Penelitian Aiyuda dan Syakarofath (2019) menjelaskan bahwa presentasi diri pada individu harus ditingkatkan supaya dapat memberi dampak positif bagi penggunaan media sosial. Dalam melakukan presentasi diri *online*, terdapat kemungkinan adanya perbedaan gambaran antara diri individu yang sebenarnya dengan apa yang ditampilkan di Instagram. Setiap individu memiliki motif atau alasan dan cara tertentu untuk mempresentasikan dirinya di Instagram.

Penelitian *literature review* oleh Aiyuda dan Syakarofath (2019) menjelaskan bahwa penampilan diri di Instagram cenderung menampilkan diri untuk berhubungan dengan orang lain serta dapat mengekspresikan agar terlihat baik di depan orang lain. Latupeirissa dan Wijono (2022) mengungkapkan bahwa dalam penggunaan media sosial Instagram, remaja cenderung mempresentasikan diri mereka sesuai dengan standar yang dianggap ideal. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan presentasi diri yang mereka tampilkan, terutama bagi remaja dan mahasiswa. Mehdizadeh (2010) menjelaskan bahwa pengguna media sosial dapat mengedit, memilih ataupun memperbaiki sebelum melakukan pengunggahan dan menampilkan diri dalam halaman profil media sosialnya dengan harapan untuk

memperoleh tanggapan atau umpan balik dan kesan yang positif dari orang lain dengan maksud agar interaksi sosial dalam konteks *online* berjalan dengan lancar.

Arianna (2014) mengungkapkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi presentasi diri individu di media sosial, yaitu narsisme, kecemasan sosial, kesepian, dan harga diri. Adapun menurut Mehdizadeh (2010) dua ciri kepribadian yang diketahui menjadi faktor yang dapat mempengaruhi presentasi diri yaitu narsisme dan harga diri. Menurut Baumeister dkk. (1989) terbentuknya presentasi diri pada mahasiswa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu *Self-Confidence* (kepercayaan diri), *Self-Consciousness* (kesadaran diri), *Extraversion other-directness* (kemampuan beradaptasi dengan lingkungan), *Self-Esteem* (harga diri), dan *Social anxiety* (kecemasan sosial). Berdasarkan faktor presentasi diri yang telah disebutkan, peneliti memilih faktor *self-esteem* atau harga diri yang akan digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Coopersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri merupakan penilaian positif maupun negatif yang individu lakukan terhadap dirinya sendiri dan mencakup apakah mereka mempercayai bahwa mereka merupakan individu yang penting, mampu, berhasil, dan berharga. Rosenberg (1965) mendefinisikan harga diri sebagai sikap individu terhadap dirinya sendiri yang dapat mencakup sikap positif maupun negatif. Menurut Baity dan Perdhana (2022) harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri, baik itu positif maupun negatif. Penilaian ini bertujuan untuk menilai apakah individu tersebut dapat diterima atau ditolak dalam lingkungan masyarakat.

Tafarodi dan Swann (2001) menyebutkan dua aspek harga diri dalam individu yaitu *self-competence* mengenai bagaimana seorang individu menilai dirinya sendiri berdasarkan pengalaman yang dimiliki dan *self-liking* mengenai bagaimana individu menggunakan nilai-nilai sosial untuk menilai dan mengevaluasi diri sendiri. Sedangkan Rosenberg (1965) mengungkapkan harga diri mempunyai dua aspek yaitu penerimaan diri (perasaan puas terhadap diri sendiri) dan penghormatan diri (keyakinan dan karakter individu yang tetap stabil meskipun mengalami berbagai peristiwa dalam hidup). Kedua aspek tersebut mempunyai lima dimensi yaitu dimensi akademik, sosial, emosional, keluarga, dan fisik.

Peneliti memilih harga diri sebagai variabel bebas karena peneliti berpendapat bahwa harga diri dapat mempengaruhi presentasi diri *online* pada mahasiswa pengguna Instagram. Latupeirissa dan Wijono (2022) mengungkapkan bahwa harga diri pada mahasiswa sangat penting untuk diteliti karena harga diri yang dimiliki merupakan penentu dari presentasi diri yang dimiliki individu di media sosial. Hal ini bertujuan untuk dapat dilihat sebagai individu yang merasa mampu, penting, dan bermanfaat bagi mereka sendiri. Nastiti dan Purworini (2018) mengatakan bahwa perilaku presentasi diri seorang individu di Instagram dapat membentuk harga diri dari individu tersebut. Harga diri akan memberikan pengaruh terhadap presentasi diri. Individu dengan harga diri tinggi lebih menghargai kemampuannya dan berupaya untuk memperoleh validasi (pengakuan) dari lingkungan sekitarnya (Putri & Kuncoro, 2023).

Asyifa (2019) mengungkapkan bahwa individu menganggap terdapat nilai atau norma yang diterapkan untuk menjaga kesan diri yang positif di media sosial,

sehingga individu akan bertindak lebih hati-hati dalam mengunggah konten di media sosialnya. Oleh karena itu, individu dengan tingkat harga diri rendah akan menghapus unggahan atau sama sekali tidak mengunggah dan tidak melakukan presentasi diri untuk mempertahankan kesan pada dirinya (Tazghini & Sielecki dalam Hingerton, 2016).

Media sosial dianggap sebagai sarana bagi penggunaannya untuk menunjukkan sisi diri yang sesuai dengan apa yang diinginkan (Sa'diyah, 2020). Selain itu, sebagai upaya untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) yang positif dari orang lain, individu membagikan foto maupun video di media sosial dengan menampilkan versi terbaik dirinya. Individu dengan harga diri tinggi akan lebih menghargai kemampuannya dan berupaya untuk mendapatkan pengakuan dari sekitarnya. Individu dengan harga diri tinggi beranggapan bahwa media sosial sebagai wadah untuk memvalidasi diri atau mendapatkan pengakuan atas keberadaannya (Mehdizadeh, 2010). Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah cenderung mempresentasikan diri didasarkan pada keinginan untuk menghindari kegagalan yaitu dengan bertindak lebih hati-hati (Baumeister dkk., 1989). Harga diri akan mempengaruhi presentasi diri (Baumeister dkk., 1989).

Penjelasan di atas didukung dengan adanya hasil penelitian oleh Zenita (2019) berjudul "Hubungan *Self Esteem* dengan Presentasi Diri pada Pengguna Instagram" yang menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna Instagram. Penelitian Effendi (2023) dengan analisis korelasi juga menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan antara harga diri dengan presentasi diri. Hal tersebut menunjukkan

bahwa semakin tinggi tingkat harga diri, maka semakin tinggi juga tingkat presentasi diri. Sebaliknya, semakin rendah harga diri, maka semakin rendah pula presentasi dirinya. Harga diri dapat mendukung seseorang untuk membentuk penyesuaian sosial yang baik, keyakinan diri, kepercayaan diri, kemampuan dalam menghadapi kesulitan dan keadaan yang menekan secara lebih efektif, serta mengembangkan harapan dan tujuan positif individu. Hal ini yang pada akhirnya mendorong individu untuk mengembangkan presentasi dirinya (Effendi, 2023)

Arifah dkk. (2023) mengungkapkan bahwa melalui presentasi diri *online*, seorang individu dapat mengatur persepsi dirinya pada konten yang mereka unggah dan melalui profil yang ditampilkan. Individu mempunyai kesempatan untuk menampilkan diri ideal yang serupa dengan kehidupan nyata mereka untuk benar-benar berbeda. Hal inilah yang dapat membentuk diri palsu. Diri yang salah dapat tercermin dari tingkat harga diri individu yang mencakup tingkatan tinggi ke rendah (Sharma dalam Arifah dkk., 2023). Individu dengan harga diri rendah akan cenderung menampilkan *false self* (diri palsu). Sebaliknya, individu dengan harga diri tinggi akan menampilkan dirinya lebih dekat dengan diri yang sebenarnya (*real self*) di dunia nyata (Rui & Stefanone, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri *online* pada mahasiswa pengguna Instagram?”.

## **B. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji apakah ada hubungan antara harga diri dengan presentasi diri *online* pada mahasiswa pengguna Instagram. Penelitian ini ingin mengetahui sejauh mana harga diri mempengaruhi cara mahasiswa mempresentasikan dirinya di media sosial, khususnya Instagram.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan sumbangan kajian ilmiah di bidang psikologi mengenai bagaimana hubungan antara harga diri dengan presentasi diri *online* pada mahasiswa pengguna Instagram, khususnya dalam bidang psikologi sosial. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya literatur psikologi yang ada dan memberikan dasar teoritis mengenai dinamika psikologis dalam konteks penggunaan media sosial, terutama yang berkaitan dengan harga diri maupun presentasi diri *online*.

#### b. Manfaat Praktis

Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi positif bagi para pembaca, khususnya mahasiswa pengguna Instagram mengenai harga diri dengan presentasi diri *online*. Selain itu, dapat membantu mahasiswa dalam memahami dan meningkatkan cara mereka dalam mempresentasikan diri di media sosial

dengan lebih baik, serta dapat digunakan sebagai bahan pengembangan diri dalam interaksi sosial, baik di dunia maya maupun dunia nyata.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar untuk pengembangan strategi yang lebih efektif dalam memahami dan meningkatkan presentasi diri *online* maupun harga diri. Selain itu, memberikan kontribusi yang positif untuk penelitian selanjutnya di bidang yang serupa, sehingga dapat membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut dan aplikasi praktis dari hasil yang diperoleh.