

NASKAH PUBLIKASI SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NEUROTISME DENGAN
PRESENTASI DIRI *ONLINE* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA
INSTAGRAM**



Oleh:

Dhea Alfarizky Ramandian

210810063

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Dhea Alfarizky Ramandian
NIM : 210810063
Fakultas / Prodi : Psikologi / Psikologi
Jenis : Skripsi
Judul : HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NEUROTISME
DENGAN PRESENTASI DIRI *ONLINE* PADA DEWASA
AWAL PENGGUNA INSTAGRAM

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis berupa skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Mercu Buana Yogyakarta maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Memberikan hak bebas royalti kepada perpustakaan UMBY atas penulisan karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
3. Memberikan hak menyimpan, menyalin, medaikan/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UMBY, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.
4. Bersedia menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UMBY, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Yogyakarta, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Dhea Alfarizky Ramandian

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KEPRIBADIAN NEUROTISME DENGAN PRESENTASI DIRI *ONLINE* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA INSTAGRAM

Kepribadian neurotisme adalah kecenderungan individu untuk merasakan emosi negatif dan mengalami tekanan psikologis, seperti kecemasan, depresi, dan kerentanan. Presentasi diri *online* adalah perilaku individu dalam mengelola kesan diri yang ditampilkan di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna Instagram. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online*. Subjek penelitian adalah 121 pengguna Instagram berusia 18-40 tahun yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan Skala IPIP-BFM-50 Indonesia dan Skala Presentasi Diri *Online*. Analisis data menggunakan metode korelasi *Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri online ($r_{xy} = -0,058$, $p > 0,05$) atau dengan kata lain hipotesis ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat neurotisme seseorang tidak dapat dijadikan faktor penentu dalam menentukan tingkat presentasi diri *online* individu.

Kata Kunci: *Kepribadian Neurotisme, Presentasi Diri Online, Dewasa Awal, Instagram*

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN NEUROTICISM PERSONALITY WITH ONLINE SELF- PRESENTATION AMONG EARLY ADULTS INSTAGRAM USERS

Neuroticism is an individual's tendency to experience negative emotions and psychological distress, such as anxiety, depression, and vulnerability. Online self-presentation refers to the behavior of individuals in managing the impressions they display on social media. This study aims to examine the relationship between neuroticism and online self-presentation among early adults who use Instagram. The proposed hypothesis states that there is a relationship between neuroticism and online self-presentation. The study involved 121 Instagram users aged 18-40 years, selected through purposive sampling. Data were collected using the IPIP-BFM-50 Indonesia Scale and the Online Self-Presentation Scale. Data analysis employed the Product Moment correlation. The results revealed that there was no significant relationship between neuroticism and online self-presentation ($r_{xy} = -0.058$, $p > 0.05$), indicating that the hypothesis was rejected. These findings suggest that neuroticism cannot be considered a determining factor in influencing the level of online self-presentation among individuals.

Keywords: *Neuroticism, Online Self-Presentation, Early Adults, Instagram*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data yang dilansir oleh GoodStats, media sosial menempati urutan ketiga sebagai alasan utama penggunaan internet di Indonesia, dengan persentase mencapai 70,64% (Ayuningtyas, 2024). Media sosial menawarkan kemudahan dalam seleksi dan penyuntingan pada foto atau video yang akan di unggah, melalui kemudahan fitur ini pengguna dapat menentukan citra seperti apa yang ingin ditampilkan kepada pengguna lain (Arnani, 2023). Berdasarkan data dari *DataReportal*, Instagram merupakan sosial media kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024 dengan persentase 85,3% (Kemp, 2024). Selain itu, angka pengguna Instagram di Indonesia mencapai 89,8 juta, yang didominasi oleh pengguna berusia 18-34 tahun (NapoleonCat, 2024).

Menurut Hurlock (1997), masa dewasa awal berkisar antara 18-40 tahun, dengan beberapa karakteristik, salah satunya adalah seringnya terjadi ketegangan emosional, karena tuntutan untuk terus beradaptasi yang akhirnya memunculkan perasaan bingung dan cemas. Di samping itu, ini juga merupakan masa ketergantungan serta masa perubahan nilai, di mana individu merasa perlu

menyesuaikan nilai-nilai yang dianut dengan kelompok sosial tertentu, dengan tujuan utama untuk mendapatkan penerimaan sosial (Hurlock, 1997).

Dalam psikologi sosial, presentasi diri dapat disebut juga sebagai manajemen kesan, yaitu usaha yang dilakukan individu untuk menggambarkan dirinya sebagai pribadi yang baik kepada orang lain (Aiyuda & Syakarofath, 2019). Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2015) menyebutkan bahwa aspek dari presentasi diri tersusun atas tiga hal yaitu *real self* yang menjadi representasi diri/perasaan sebenarnya; *ideal self* yang menggambarkan sisi-sisi ideal yang diharapkan oleh individu, mencakup sisi positif maupun negatif dalam diri; dan *false self* sebagai bentuk dari diri/perasaan yang tidak sesuai dengan pribadi asli individu, melalui perilaku menipu (*deception*), eksplorasi identitas (*exploration*), dan membandingkan diri atau mengesankan orang lain (*compare/impress*).

Presentasi diri *online* merupakan perilaku dengan dualitas dampak. Presentasi diri bermanfaat untuk mengekspresikan diri dan memperjelas pesan atau sikap yang ingin disampaikan kepada orang lain, sehingga memungkinkan individu untuk menjalin

interaksi yang lebih efektif (Saptasagar dalam Latupeirissa, 2022). Namun, di sisi lain presentasi diri online dapat memunculkan kecenderungan untuk mengikuti pola yang sama dalam berbagai situasi, menciptakan kesan yang monoton di mata orang lain, sehingga dapat mempengaruhi interaksi sosial (Zarghooni, 2007) bahkan justru membuat individu berusaha menampilkan diri secara berlebihan dan akhirnya tidak menggambarkan diri dengan sebenarnya atau bahkan menyesatkan untuk orang lain (Nurhayati & Nurmina, 2020).

Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa dalam konteks presentasi diri di sosial media pada orang dewasa muda dengan tingkat neurotisme yang tinggi cenderung menampilkan diri mereka sebagai sosok yang mereka inginkan, menipu orang lain, dan menggunakan perbandingan sosial untuk memberikan kesan kepada orang lain secara lebih intens (Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2015). Menurut Costa dan McCrae (1992a) neurotisme didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk merasakan tekanan psikologis. Neurotisme adalah salah satu dari lima faktor utama dalam model kepribadian (*the big five factors model*) yang menggambarkan perbedaan

antara kemampuan untuk beradaptasi atau stabil secara emosional dengan ketidakmampuan untuk melakukan penyesuaian diri (Anggriana, 2016). Costa dan McCrae (1992) menyebutkan bahwa neurotisme terdiri dari beberapa aspek, antara lain *anxiety* atau kecemasan yang berlebih, *angry hostility* atau mudah marah dan tersinggung, *depression* yang diartikan sebagai perasaan sedih berkepanjangan, *self-consciousness* yang mengacu pada kesadaran diri berlebihan, dan *vulnerability* yang diartikan sebagai kerentanan terhadap tekanan.

Individu neurotis memiliki respons emosional yang kuat terhadap komentar negatif, sering kali menganggapnya sebagai ancaman besar. Hal ini kemudian menghambat pembentukan identitas adaptif dan mendorong mereka untuk menampilkan citra diri yang ideal atau palsu (Kawamoto, 2021). Nurhayati dan Nurmina (2020) menambahkan bahwa Neurotisme memiliki kaitan dengan kebutuhan untuk memiliki, di mana individu yang menunjukkan tingkat neurotisme tinggi sering kali merasa cemas ketika melakukan presentasi diri. Individu dengan tipe kepribadian ini cenderung memperlihatkan perbedaan yang signifikan antara diri mereka yang sebenarnya dan

diri ideal yang ingin mereka capai. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna media sosial *Instagram*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi dengan melibatkan 121 responden dewasa awal pengguna *Instagram*. Subjek dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan subjek yang menggunakan kriteria tertentu. Data akan diukur menggunakan skala IPIP-BFM-50 Indonesia (Akhtar & Azwar, 2019) dan skala presentasi diri online (Khayatun, 2019) Selanjutnya, data dikumpulkan melalui kuesioner penelitian dengan media *google form* dan kemudian data dianalisis dengan metode korelasi *product moment* yang dikembangkan oleh Karl Pearson untuk menguji hubungan antara variabel kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online*.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi

diri *online* pada dewasa awal pengguna *Instagram*. Namun, sebelum uji hipotesis dilakukan, peneliti melakukan normalitas terlebih dahulu agar dapat memastikan bahwa data terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Stats	df	p-value
Kepribadian Neurotisme	0,077	121	0,076
Presentasi Diri Online	0,067	121	0,200

Berdasarkan tabel 1 di atas, diperoleh nilai signifikansi (*p-value*) untuk variabel kepribadian neurotisme adalah 0,076 dan variabel presentasi diri *online* adalah 0,200. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dari kedua variabel tersebut terdistribusi normal (*p-value*>0,05).

Selanjutnya peneliti melakukan kategorisasi pada variabel kepribadian neurotisme dan presentasi diri *online*. Namun, untuk variabel presentasi diri *online*, peneliti membagi kategorisasi menjadi 3 menurut aspek dari Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2014) yaitu *real self*, *ideal self*, dan *false self*.

Kategorisasi dari variabel tersebut dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 2. Kategorisasi Kepribadian Neurotisme

Kategori	N	Persentase
Tinggi	30	24,79%
Sedang	64	52,89%
Rendah	27	22,31%

Kepribadian neurotisme merupakan salah satu dimensi dari *big five personality* yang berkaitan dengan kemampuan individu dalam menahan tekanan (Saniya, Triana, & Sari, 2021). Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori neurotisme sedang, yaitu sebanyak 64 orang atau 52,89%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek merasakan emosi negatif seperti kecemasan dan ketakutan, namun masih dalam intensitas yang tidak terlalu tinggi.

Tabel 3. Kategorisasi Aspek Real Self

Kategori	N	Persentase
Tinggi	31	25,62%
Sedang	77	63,63%
Rendah	13	10,74%

Real self merupakan perasaan nyata individu yang muncul karena dari dalam diri (Tama, 2018). Berdasarkan tabel 3 di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori *real*

self sedang, yaitu sebanyak 77 orang atau 63,63%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek cenderung lebih aktif memilah hal-hal dari dirinya yang tidak perlu ditampilkan di media sosial, tanpa memalsukan dirinya.

Tabel 4. Kategorisasi Aspek Ideal Self

Kategori	N	Persentase
Tinggi	18	32,23%
Sedang	94	62,81%
Rendah	9	4,96%

Ideal self dapat dipahami sebagai cara individu untuk menggambarkan dirinya agar sesuai dengan ekspektasi dirinya sendiri ataupun orang lain (Ferryanti, Setiasih, & Kesumaningsari, 2021). Berdasarkan tabel 4 di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori *ideal self* sedang, yaitu sebanyak 94 orang atau 62,81%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian subjek memiliki kecenderungan untuk ingin menampilkan versi terbaik dari dirinya.

Tabel 5. Kategorisasi Aspek False Self

Kategori	N	Persentase
Tinggi	24	19,83%
Sedang	67	55,37%
Rendah	30	24,79%

False self adalah usaha individu mencapai harapan sosial atau standar

tertentu dalam lingkungan (Annamori, 2024). Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian subjek memiliki tingkat *false self* sedang, yaitu sebanyak 67 orang atau 55,37%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian subjek menunjukkan perasaan atau tindakan tertentu kepada orang lain untuk memenuhi standar bahkan

tren di lingkungannya, termasuk hal-hal yang mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan dirinya sendiri. Setelah melakukan uji normalitas dan kategorisasi kepada setiap variabel, peneliti melakukan uji korelasi *product moment* untuk mengetahui hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online*.

Tabel 6. Uji Hipotesis

			Kepribadian Neurotisme	Presentasi Diri Online
Kepribadian Neurotisme		Pearson Correlation	1	-0,058
		Sig. (2-tailed)		0,525
		N	121	121
Presentasi Diri Online		Pearson Correlation	-0,058	1
		Sig. (2-tailed)	0,525	
		N	121	121

Berdasarkan temuan pada tabel 6 diatas, angka menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna Instagram ($R = -0,058, p > 0,05$). Selain itu sumbangan efektif (R^2) dari kepribadian neurotisme terhadap presentasi diri hanya sebesar 0,3%. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan mengenai adanya hubungan signifikan antara kepribadian neurotisme dan presentasi diri online pada penelitian ini ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Nurhayati dan Nurmina (2020), meskipun secara umum *big five personality* memiliki hubungan yang signifikan dengan presentasi diri *online*, namun kepribadian neurotisme secara spesifik tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan presentasi diri *online*. Kawamoto (2021) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat neurotisme yang tinggi cenderung lebih sensitif terhadap *feedback* negatif, menjadikan individu dengan neurotisme lebih memilih untuk

terlibat secara pasif dalam menggunakan sosial media.

Tabel 7. Analisis Tambahan

		Kepribadian Neurotisme	Real Self	Ideal Self	False Self
Kepribadian Neurotisme	Pearson Correlation	1	-0,276	-0,080	0,126
	Sig. (2- tailed)		0,002	0,386	0,169
	N	121	121	121	121

Namun, peneliti kemudian melakukan analisis tambahan (tabel 7) dengan kembali menguji korelasi antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* namun dipecah menjadi tiga variabel menurut aspeknya, yaitu *real self*, *ideal self*, dan *false self*. Berdasarkan hasil pada tabel 7 di atas, ditemukan bahwa kepribadian neurotisme memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan aspek *real self* ($R = -0,276$, $p < 0,05$). Bila ditinjau dari sumbangan efektif atau R^2 , sumbangan efektif kepribadian neurotisme terhadap aspek *real self* sebesar 7,62% dan 92,48% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat neurotisme dewasa awal pengguna Instagram, maka akan semakin rendah presentasi *real self* yang ditunjukkan. Begitu pula sebaliknya.

Perbedaan temuan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya mungkin

dapat terjadi karena presentasi diri *online* merupakan fenomena baru yang lahir melalui perkembangan teknologi dan internet (Arifah dkk., 2023). Selain itu, terdapat inkonsistensi pada pola perilaku individu neurotis ketika menggunakan sosial media (Bowden-Green, Hinds, & Joinson, 2021) menjadikan topik mengenai hubungan antara kepribadian neurotis dengan presentasi diri online menemukan hasil beragam, misalnya penelitian Hjetland, dkk. (2022) yang justru menemukan bahwa kepribadian neurotisme memiliki hubungan positif yang signifikan dengan presentasi diri online.

Karakteristik *platform* yang digunakan juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi presentasi diri online pada individu dengan kecenderungan neurotisme. Secara umum Instagram merupakan media sosial yang lebih populer

dengan fitur visual, seperti unggahan berupa foto ataupun video (Asrila & Kurniawan, 2021). Di sisi lain, individu dengan kecenderungan neurotis memiliki pola perilaku tertentu, dimana mereka cenderung hadir dalam sosial media untuk sekedar melihat ataupun memberikan komentar kepada pengguna lain, bukan membuat postingan tentang dirinya. Selain itu, dengan memahami bahwa karakter individu neurotisme memiliki sifat yang mudah cemas dan suasana hati yang sering berubah, menjadikan individu dengan tingkat neurotisme yang tinggi akan kesulitan dalam mengendalikan perilaku bermedia sosial (Astuti & Kusumiati, 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu adanya hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna Instagram ditolak. Artinya, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna Instagram. Namun, melalui analisis tambahan diketahui bahwa neurotisme memiliki

hubungan negatif yang signifikan dengan presentasi diri *online* pada aspek *real self*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat neurotisme individu, maka akan semakin rendah kecenderungan mereka untuk menampilkan diri yang sebenarnya di Instagram.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Subjek Penelitian

Bagi subjek penelitian yang memiliki kecenderungan neurotisme, disarankan untuk dapat lebih terbuka dalam mempresentasikan diri di media sosial, tentunya dengan mengutamakan keaslian diri. Dewasa ini, sosial media seperti Instagram telah memfasilitasi penggunanya untuk membatasi privasi atau memberikan kontrol untuk menentukan siapa yang dapat melihat postingan masing-masing pengguna. Sehingga pengguna dapat menyalurkan ekspresi diri kepada orang-orang tertentu tanpa takut mendapatkan *feedback* yang tidak diinginkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk mengeksplorasi *platform* media sosial yang lebih beragam, seperti Twitter atau LinkedIn, harapannya topik mengenai presentasi diri *online* dapat digali lebih dalam. Selain itu, peneliti berharap penelitian kedepannya dapat menggunakan metode yang lebih komprehensif seperti observasi dan wawancara, tujuannya tak lain untuk menghindari potensi bias yang menjadi salah satu kekurangan dari metode *self-report* seperti kuesioner ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019). Presentasi diri online di sosial media (Instagram dan Facebook). *Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, 2(2), 124-130. https://www.researchgate.net/publication/335096333_Presentasi_diri_di_sosial_media_Instagram_dan_Facebook_Sebuah_literature_review
- Akhtar, H., & Azwar, S. (2019). Indonesian adaptation and psychometric properties evaluation of the Big Five Personality Inventory: IPIP-BFM-50. *Jurnal Psikologi*, 46(1), 32-44. <https://doi.org/10.22146/jpsi.33571>
- Anggriana, T. M. (2016). Hubungan antara kecenderungan kepribadian neurotisme dengan perilaku merokok. *Cousellia: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(2). <https://e-journal.unipma.ac.id/index.php/GBK/article/view/184/158>
- Annamori, A. (2024). Contribution Of Psychological Well-Being to Online Self Presentation in Active Instagram User Students. *In Trend: International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 2(1), 10-19. <http://dx.doi.org/10.62260/intrend.v2i1.326>
- Arifah, P., Mikarsa, H. L., & Rahardjo, W. (2023). How emerging adults present themselves on social media: Online self-presentation influenced by self-esteem, narcissistic personality, and online privacy. *Journal of Psychology and Instruction*, 7(3). Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JoPaI/article/view/68195>
- Arnani, N. P. R. (2023). Presentasi Diri Online di Media Sosial Instagram. *Journal of Education for All*, 1(2), 155-162. <https://doi.org/10.61692/edufa.v1i2.39>
- Asrila, A. K., & Kurniawan, R. (2023). Why Do We Use Instagram? Motives of Active and Passive Instagram Users. *Jurnal Neo Konseling*, 5(2), 65-72. <http://dx.doi.org/10.24036/00721kons2023>
- Astuti, C. N., & Kusumiati, R. Y. (2021). Hubungan kepribadian neurotisme dengan fear of missing out pada remaja pengguna aktif media sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2). <https://doi.org/10.23887/jibk.v12i2.34086>

- Ayuningtyas, A. D. (2024). Hiburan Jadi Tujuan Utama Orang Indonesia Akses Internet. *GoodStats*. Diakses tanggal 6 Januari 2024 pada <https://goodstats.id/article/hiburan-jadi-tujuan-utama-orang-indonesia-akses-internet-XOUsk>
- Bowden-Green, T., Hinds, J., & Joinson, A. (2021). Understanding neuroticism and social media: A systematic review. *Personality and Individual Differences*, *168*, 110344. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110344>
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, *13*(6), 653-665. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(92\)90236-1](https://doi.org/10.1016/0191-8869(92)90236-1)
- Costa Jr, P. T., & McCrae, R. R. (1992a). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, *4*(1), 5. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.4.1.5>
- Ferryanti, N. V., Setiasih, S., & Kesumaningsari, N. P. A. (2021). Self-presentation berperan terhadap psychological well-being: Survey pada emerging adulthood pengguna Instagram. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, *12*(2), 1-12. <https://doi.org/10.35814/mindset.v12i02.1940>
- 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 Environment Research Public Health*, *19*(11133). <https://doi.org/10.3390/ijerph191711133>
- Hurlock, E. B. (1993). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi ke-5)*. Jakarta: Erlangga.
- Kawamoto, T. (2021). Online self-presentation and identity development: The moderating effect of neuroticism. *PsyCh Journal*, *10*(5), 816-833. <https://doi.org/10.1002/pchj.470>
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. *DataReportal*. Diakses tanggal 23 Oktober 2024 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Khayatun, W. N. (2024) *Hubungan antara harga diri dengan presentasi diri online pada mahasiswa pengguna Instagram*. Skripsi thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Latupeirissa, A., & Wijono, S. (2022). Self-esteem dengan self-presentation pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, *4*(1), 226-234. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i2.200>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, *33*, 179-183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>

- 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>
- NapoleonCat. (2024). *Instagram users in Indonesia – January 2024*. Diakses tanggal 5 November 2024 pada <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Nurhayati, N., & Nurmina, N. (2020). Kontribusi big five personality terhadap strategi presentasi diri pada pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2488-2494. <https://doi.org/10.31004/jptam.v4i3.734>
- Saniya, S., Triana, N., & Sari, M. M. (2021). Kecenderungan Perilaku Bullying Ditinjau dari Kepribadian Neurotisme pada Remaja di Desa Rantau Baru Riau. *Al-Asalmiya Nursing: Jurnal Ilmu Keperawatan (Journal of Nursing Sciences)*, 10(1), 20-28. <https://doi.org/10.35328/keperawatan.v10i1.1584>
- Tama, B. A. (2019). Validitas skala presentasi diri online. *JP3I (Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia)*, 7(1), 1-7. <http://dx.doi.org/10.15408/jp3i.v7i1.12102>
- Zarghooni, S. (2007). A study of self-presentation in light of Facebook. Institute of Psychology, University of Oslo.