

Presentasi Diri Online di Media Sosial Instagram

Ni Putu Rizky Arnani^{1✉},

¹Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Abstrak

Artikel ini adalah sebuah literatur review pada beberapa penelitian mengenai presentasi diri online di media sosial instagram. Tujuan dari artikel ini untuk melihat perkembangan presentasi diri yang dilakukan individu secara online di media sosial yaitu instagram yang dikumpulkan pada 5 tahun terakhir. Temuan menunjukkan terdapat beberapa artikel yang mengkaji mengenai presentasi diri online dikaitkan dengan harga diri, kepribadian, body image dan satu berhubungan dengan kesejahteraan psikologis. Partisipan pada artikel-artikel yang direview merupakan usia remaja dan dewasa awal berkisar 12-25 tahun. Individu melakukan presentasi diri online karena berbagai motif diantaranya berkaitan dengan faktor internal yang dimiliki oleh individu. Hasil temuan akan didiskusikan pada bagian akhir artikel ini.

Kata Kunci: instagram; presentasi diri; media sosial

Abstract

This article is a literature review on several studies regarding online self-presentation on Instagram social media. The purpose of this article is to look at the development of self-presentation by individuals online on social media, namely Instagram, which has been collected in the last 5 years. The findings show that there are several articles that examine online self-presentation in relation to self-esteem, personality, body image and one related to psychological well-being. Participants in the articles reviewed were teenagers and early adults ranging from 12-25 years. Individuals present themselves online because of various motives, including those related to internal factors owned by individuals. The findings will be discussed at the end of this article.

Keywords: *instagram; online presentation; social media*

Copyright (c) 2023 Ni Putu Rizki Arnani

✉ Corresponding author :

Email Address : niputu.arnani@trunojoyo.ac.id

Received: 30 Mei 2023, Accepted: 13 Juni 2023, Published: 14 Juni 2023

PENDAHULUAN

Internet merupakan bentuk media komunikasi, pengguna internet dapat dengan mudahnya mengunggah kata-kata, gambar, video dan juga foto-fotonya di internet. Berdasarkan hasil survei jumlah individu yang berinteraksi dengan internet terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 memaparkan jumlah penduduk terkoneksi internet pada tahun 2021-2022 sebanyak 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021. Peningkatan persentasi penetrasi (rasio pengguna internet berbanding dengan jumlah penduduk setiap tahun) internet di Indonesia mengalami kenaikan, tahun 2018-2019 sebesar 64.80%, tahun 2019-2020 sebesar 73.70% dan tahun 2021-2022 sebesar 77.02% (APJII, 2022). Berdasarkan survei APJII (2022) alasan seseorang menggunakan internet adalah untuk mengakses media sosial seperti facebook, whatsapp, telegram, line, twitter, instagram, youtube dan lain sebagainya dengan skala penilaian sebesar 98.02%, sedangkan perangkat yang paling banyak digunakan adalah *handphone* atau tablet sebesar 89.03%. Hal ini sama dengan data tahun 2022 bahwa sebanyak 191 juta orang Indonesia menggunakan media sosial (<https://datareportal.com>). Terdapat 104.175.000 pengguna instagram di Indonesia pada awal

Januari tahun 2022, dimana 56% pengguna memiliki jenis kelamin perempuan dan sebesar 46% dengan jenis kelamin laki-laki (<https://napoleoncat.com>).

Media sosial yang berkembang merupakan bentuk peralihan dari cara komunikasi dengan orang lain untuk dapat terkoneksi dan menunjukkan ekspresi diri (Jackson & Luchner, 2018)). Hal yang menarik adalah media sosial saat ini merupakan kebutuhan yang penting dan hampir seluruh individu memiliki media ini. Dengan menggunakan media sosial dan internet seseorang dapat menunjukkan citra diri kepada orang lain yang hendak ingin ditunjukkan. Seseorang dapat dengan mudahnya memiliki pilihan, melakukan seleksi dan mengedit terlebih dahulu unggahan yang akan ditunjukkan di media sosial. Dalam hal ini, media massa memiliki peran yang cukup penting terkait cara pandang individu terhadap keadaan tubuh yang dimiliki, yang mana individu akan membandingkan penampilanya dengan foto-foto di media sosial yang dirasa memiliki penampilan ideal (Grabe et al., 2008). Beragam media sosial yang bertebaran di gadget seseorang, instagram merupakan media yang populer dan banyak digunakan oleh remaja. Dibandingkan media sosial lainnya, instagram memiliki keunikan dan daya tarik yang tinggi karena pada dasarnya instagram lebih fokus menampilkan media yang berbasis video dan gambar (Hu et al., 2014).

Perkembangan media sosial instagram menunjukkan kenaikan dibanding dengan media sosial yang lain. Individu yang memiliki instagram berarti bahwa seseorang akan membangun interaksi dengan orang lain sesama pengguna media sosial tersebut sebagai bentuk cara berkomunikasi. Instagram sebagai wadah interaksi yang terjalin antar sesama pengguna, dimana sesama pengguna dapat saling mengikuti (follow) atau salah satu pengguna mengikuti pengguna yang lain. Pada media sosial ini bentuk komunikasi lain adalah dengan memberikan tanda *like* atau memberikan pendapat pada kolom komentar yang terdapat pada aplikasi instagram. Semakin banyak seseorang memperoleh *like* menunjukkan bahwa pengguna yang lain menyukai atau tertarik dengan unggahan tersebut (Alfindra dan Yahya, 2017). Pada media sosial ini seseorang dapat melakukan pemilihan foto atau video yang akan diunggah, melakukan suntingan sebelum unggahan itu akan menjadi konsumsi oleh pengguna lain guna mendapatkan umpan balik yang positif. Seseorang yang melakukan presentasi diri online memiliki tujuan untuk dapat diterima oleh orang lain atau lingkungannya. Oleh karena itu, seseorang akan cenderung membuat kesan untuk melakukan seleksi dan mengontrol perilakunya sesuai kondisi perilaku dimunculkan serta menunjukkan proyeksi pada pengguna lain akan gambaran diri (Dayakisni & Hudaniah, 2009)

Individu yang menggunakan media sosial cenderung untuk menunjukkan presentasi diri yang berbeda. Individu akan mulai dengan secara nyata atau sama dengan kesehariannya atau justru menampakkan hal yang berbeda dari kehidupannya. (Michikiyan dkk, 2015). Ini selaras bahwa presentasi diri online yang dilakukan individu memiliki kemampuan untuk menunjukkan kesan secara virtual, bahkan seseorang membutuhkan strategi presentasi diri guna meningkatkan penerimaan secara sosial dengan umpan balik yang diperoleh ketika menggunakan media sosial (Barket-Bojmel, 2016). Oleh karena ini seseorang ketika melakukan unggahan di media sosial akan menampakkan kesan yang menimbulkan hal baik dari dirinya, dalam istilah ini dikenal dengan presentasi diri.

Upaya yang dilakukan individu guna memberikan kesan akan dirinya kepada orang lain, atau upaya untuk menampilkan diri sesuai dengan harapan dari orang lain merupakan definisi presentasi diri (Goffman, 1965). Presentasi diri merupakan panggung yang digunakan oleh individu yang memilih *front stage* dan *back stage*. Selanjutnya upaya atau langkah individu untuk menunjukkan kesan pada orang lain ini didorong oleh berbagai motif yang melatarbelakangi. Motif tersebut antara lain adalah adanya keinginan seseorang untuk menjadi individu yang baik dan disukai oleh orang lain, menunjukkan kekuatan pada orang lain dan hasrat untuk dianggap

memiliki wibawa (Jones & Pittman, 1982).

Masa remaja yaitu masa peralihan antara masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang menyangkut berbagai aspek yakni biologis, kognitif, dan sosioemosional. Masa remaja dapat dimulai pada usia 10 sampai 13 tahun dan akan berakhir pada usia 18 sampai 22 tahun (Santrock, 2007). Salah satu tugas perkembangan pada remaja ada pencarian jati diri atau identitas dan pengakuan diri. Seiring dinamika proses pencarian jati diri ini, beberapa remaja bisa jadi mempunyai harga diri tinggi yang dapat menimbulkan sifat narsistik yaitu memperhatikan diri secara berlebihan, memiliki kepercayaan diri berlebih, merasa lebih unggul dan membutuhkan pengakuan dari orang lain, harga diri adalah satu faktor yang dapat berkontribusi pada kecenderungan narsistik (Clarke et al., 2015). Terdapat alasan individu melakukan swafoto, pertama wujud eksplorasi diri sendiri yang bukan fokus penampilan pengguna tapi juga kegiatan sehari-hari, kedua swafoto bentuk keterbukaan diri pengguna di sosial media untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna yang lain, ketiga swafoto salah satu bentuk narsisme digital untuk membuat kesan dari pengguna sosial media yang lain (Nasrullah, 2016). Mahendra et al (2017) memaparkan kenyataan bahwa remaja membutuhkan eksistensi diri, dimana media sosial membantu mereka untuk menyalurkan kebutuhan ini dalam lingkungan pertemanan. Tidak dapat dipungkiri bahwa remaja membutuhkan pengakuan dari orang lain. Remaja yang aktif menggunakan instagram akan merasa bahwa ada orang-orang yang memperhatikan dan menghargai mereka ketika swafoto yang diunggah mendapatkan *like* atau komentar positif. Hasil ini senada dengan penelitian yang menyebutkan bahwa kebutuhan yang mendorong remaja untuk berbagi foto atau video pribadi pada sosial media instagram merupakan kebutuhan menjelaskan diri, kebutuhan untuk memperhatikan dan diperhatikan orang lain, kebutuhan untuk tampil baik, dan kebutuhan untuk memperoleh dukungan. Satu dari sekian ciri remaja, menonjolkan diri dilakukan guna dapat diterima oleh lingkungan sosial dan mendapatkan relasi atau membangun pertemanan.

Presentasi diri menurut Myers (2014) adalah sebuah tindakan dari mengekspresikan diri dan berlaku untuk memberikan kesan yang menyenangkan atau sebuah kesan yang berhubungan dengan sesuatu yang ideal menurut seseorang atau presentasi diri mengacu pada keinginan kita untuk menampilkan sebuah gambaran yang diinginkan yaitu penonton eksternal (orang lain) dan terhadap penonton internal (diri sendiri). Dayakisni dan Hudainah (2012) presentasi diri mengacu pada menghadirkan diri sendiri dalam cara-cara yang sudah diperhitungkan untuk memperoleh penerimaan atau persetujuan orang lain.

Beberapa aspek dari *presentasi diri secara online*, Yang dan Bradford Brown (2016) menyatakan bahwa aspek *presentasi diri* terdiri dari beberapa aspek yaitu keluasan informasi, kedalaman informasi, kepositifan, keaslian serta intensionalitas yaitu:

- a. Aspek keluasan informasi (*breadth*) merupakan presentasi seseorang yang mengarah pada jumlah dan banyaknya informasi yang diberikan. Hal ini menunjukkan seberapa banyak informasi yang ditunjukkan kepada publik
- b. Aspek kedalaman informasi (*depth*) merupakan batasan seseorang mengenai seberapa jauh informasi yang bersifat pribadi untuk diberikan kepada publik.
- c. Aspek kepositifan (*positivity*) merupakan jenis informasi yang dapat memberikan kesan untuk meningkatkan gambaran (*image*) diri
- d. Aspek keaslian (*authenticity*), mengenai keakuratan informasi yang diberikan tersebut menggambarkan tentang dirinya
- e. Aspek intensionalitas (*intentionality*, sejauh mana seorang individu secara sadar atau sengaja mengungkapkan suatu informasi.

Selain tokoh di atas, terdapat tokoh lain Michikyan et al (2015) aspek-aspek *presentasi diri secara online* adalah *real self*, sebuah perasaan sesungguhnya yang timbul karena

termotivasi oleh internal. *Ideal self*, yaitu atribut ideal dalam diri yang dipahami seperti harapan, aspirasi, dan keinginan dalam diri yang mungkin saja melibatkan sisi negatif atau positif dalam diri. *False self* merujuk pada perasaan atau tindakan yang dirasa tidak benar untuk diri berdasarkan alasan yang beragam seperti menyajikan informasi tidak benar sepenuhnya, mencoba hal yang tidak biasa dilakukan, dan membuat orang lain memiliki kesan terhadap diri.

METODE

Artikel dikumpulkan dengan melakukan penelusuran melalui google scholar dengan beberapa kata kunci. Artikel yang dikumpulkan 5 tahun terakhir dari tahun 2018-2023. Kajian ini ditelusuri dengan beberapa kriteria, pada penelitian ini, ditetapkan kriteria inklusi atau seleksi yang berfokus yaitu 1) presentasi diri secara online; 2) media sosial instagram dan 3) partisipan penelitian adalah remaja dan mahasiswa dan 4) studi yang dilakukan menggunakan studi kualitatif, non-eksperimental, analisis korelasi, dan komparasi, dan kualitatif; 5) penelitian berbahasa Indonesia yang dipublikasi pada artikel jurnal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan daftar artikel penelitian yang berhubungan dengan presentasi diri online pada remaja dan dewasa pada media sosial instagram yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Daftar penelitian

No	Peneliti	N	Variabel	Tahun	Media
1	Nastiti, Purworini	264 siswa SMA	Harga diri, presentasi diri	2018	Instagram
2	Rarasati, Hudaniah, Prasetyaningrum	212 (18-24 tahun)	Strategi presentasi diri, tipe kepribadian	2019	Instagram
3	Nurhayati, Nurmina	143 (18-24 tahun)	Big five personality, strategi presentasi diri	2020	Instagram
4	Hendraswara, Hutabarat, Hanami	10 mahasiswa	Tipe self-presentation	2020	Instagram
5	Hadinata, Sahrani, Basaria	167 siswa (12-16 tahun)	Self-presentation, kepuasan tubuh	2020	Instagram
6	Ferryanti, Setiasih, Kesumaningsari	282 mahasiswa (18-25 tahun)	Self-presentation dan psychological well being	2021	Instagram
7	Ramdhani, Ningsih	40 remaja (15-22 tahun)	Self-esteem, self-presentation	2021	Instagram
8	Latupeirissa, Wijono	143 mahasiswa (18-25 tahun)	Self esteem, self presentation	2022	Instagram
9	Humbertus, dkk	4 partisipan (17-21 tahun)	Inauthentic self-presentation	2022	Instagram
10	Baity, Perdhana	105 mahasiswa	Self-esteem, self-presentation	2022	Instagram
11	Safitri, Fitriani, Izzati	147 mahasiswa	Self-consciousness, body image dan self-presentation	2023	Instagram

Penelitian yang ditemukan menunjukkan bahwa presentasi diri secara online di media sosial instagram berkaitan dengan harga diri (Britt, 2015; Salim et al., 2017). Individu yang memiliki harga diri yang rendah cenderung menunjukkan presentasi diri yang baik ketika menggunakan media sosial. Di sisi lain, individu dengan keterbatasan pada konten media sosial yang berhubungan dengan kecantikan, cenderung memiliki harga diri dan ketelibat tinggi pada konten media sosial (Britt, 2015). Selain itu melakukan presentasi diri secara online pengguna instagram membutuhkan untuk mengatur penampilan dengan cara-cara yang berbeda. Pengguna memiliki beragam cara untuk menunjukkan presentasi diri baik secara nyata atau tidak nyata (Setiawan & Audie, 2020).

Keinginan seseorang untuk dapat terlihat dan dianggap sebagai individu yang baik, memiliki kemampuan dan mendapatkan perhatian dari pihak lain (Rozika & Ramdhani, 2016). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Baity dan Perdhana (2022) menunjukkan bahwa adanya hubungan antara harga diri mahasiswa dengan presentasi diri online pada media sosial instagram. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi harga diri yang dimiliki oleh individu, maka semakin tinggi presentasi diri online yang dilakukan di media sosial dan sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin rendah juga presentasi diri online seseorang di instagram. Selain itu, presentasi diri online tertinggi pada usia 22 tahun sedangkan terendah adalah 20 tahun (Baity & Perdhana, 2022).

Hasil penelitian Latupeirissa dan Wijono (2022) menunjukkan bahwa tingkat presentasi diri online di instagram berada pada kategori tinggi dan cukup tinggi dibandingkan dengan dua kategori yang lain, sedangkan harga diri individu juga berada pada kategori tinggi dan cukup tinggi. Hasil riset yang dilakukan oleh Latupeirissa dan Wijono (2022) menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara harga diri dengan presentasi diri online mahasiswa, dengan kata lain bahwa harga diri mempunyai peran terhadap presentasi diri mahasiswa. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan terdapat hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri secara online. Mahasiswa menganggap bahwa harga diri yang dimiliki pada penggunaan media sosial dapat membantu meningkatkan presentasi diri online. Hal ini senada dengan penelitian Ramadhani dan Ningsih (2021) bahwa harga diri yang rendah akan menunjukkan presentasi diri yang negatif hal ini dikarenakan diri sendiri kekurangan dalam mengontrol aktivitas di instagram. Kedua, mahasiswa beranggapan bahwa harga diri merupakan bagian dari presentasi diri online yang merupakan cerminan kemampuan diri sebagai wujud penampilan diri yang sesungguhnya. (Perdini & Hutahaean, 2021) memaparkan bahwa presentasi diri online positif dalam memperoleh kebaikan dalam diri dimana individu terlibat pemilihan dan membangun hal yang positif di media sosial. *Real self-presentation* berkaitan dengan kesejahteraan psikologis seseorang, hal ini berarti bahwa semakin tinggi seseorang menunjukkan dirinya secara nyata di media sosial maka semakin tinggi kondisi kesejahteraan psikologisnya. Sedangkan pada *false self-presentation* memiliki hubungan negatif dengan kesejahteraan psikologis seseorang, hal ini menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menunjukkan presentasi diri online dengan *false self-presentation* maka semakin rendah tingkat kesejahteraan psikologisnya. Ini didukung oleh penelitian Mickhiyan (2014) bahwa individu yang cenderung kurang menghargai dirinya sendiri akan cenderung sering melakukan *false self*. Harga diri ini berhubungan dengan seseorang dalam memberikan apresiasi dan menghargai diri sendiri serta penerimaan diri secara positif atau negatif. Sedangkan *ideal self-presentation* berhubungan negatif dengan kesejahteraan psikologis seseorang. Individu secara positif menampilkan dirinya di jejaring sosial guna meningkatkan kesejahteraan subjektif. Perasaan individu yang melakukan *ideal-self presentation* merasa bahagia dikarenakan merasa bahwa dirinya sesuai dengan yang diharapkan. (Ferryanti et al., 2021)

Di sisi lain temuan penelitian yang dilakukan Ramadhani dan Ningsih (2021) berbeda bahwa tidak ada kontribusi harga diri terhadap presentasi diri pada remaja di media sosial instagram. Temuan ini selaras dengan yang dilakukan Maslow (Santrock, 2017) menyebutkan bahwa ketika seseorang telah terpenuhi kebutuhan mendasarnya maka seseorang akan memiliki tingkat harga diri yang tinggi dan tidak terpengaruh dengan pendapat atau pandangan orang lain mengenai dirinya atau mencari pengakuan dari pihak yang lain.

Presentasi diri online juga berkaitan dengan tipe kepribadian yang dimiliki oleh seseorang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati dan Nurmina (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *five personality* terhadap presentasi diri online, lebih lanjut menunjukkan bahwa tipe kepribadian ekstrasversi berhubungan dengan presentasi diri online, sedangkan empat tipe kepribadian yang lain seperti *agreeableness*, *conscientiousness*, *neurotism* dan *openness* tidak memiliki hubungan dengan presentasi diri. Hasil penelitian Safitri et al (2023) menunjukkan bahwa semakin tinggi presentasi diri online maka semakin tinggi kesadaran individu dan semakin tinggi pula body image yang dimiliki, sebaliknya jika presentasi diri online individu rendah maka kesadaran diri rendah dan semakin rendah body image yang dimiliki. Presentasi diri ini yang dimiliki seseorang dapat diprediksi berdasarkan kesadaran diri dan body image yang dimilikinya (Safitri et al., 2023)

KESIMPULAN

Terdapat berbagai variabel penelitian yang berkaitan dengan presentasi diri online di media sosial instagram. Presentasi diri *online* ini berhubungan dengan harga diri, tipe kepribadian, dan body image. Individu yang melakukan presentasi diri online pengguna instagram membutuhkan untuk mengatur penampilan dengan cara-cara yang berbeda. Pengguna memiliki beragam cara untuk menunjukkan presentasi diri baik secara nyata, idela atau tidak nyata. Presentasi ini juga dilakukan individu untuk dapat terlihat dan dianggap sebagai individu yang baik, memiliki kemampuan dan mendapatkan perhatian dari pihak lain

DAFTAR PUSTAKA

- Britt, R. K. (2015). Effects of Self-presentation and Social Media Use in Attainment of Beauty Ideals. *Studies in Media and Communication*, 3(1). <https://doi.org/10.11114/smc.v3i1.705>
- Clarke, I. E., Karlov, L., & Neale, N. J. (2015). The many faces of narcissism: Narcissism factors and their predictive utility. *Personality and Individual Differences*, 81, 90–95. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.11.021>
- Dayakisni, T. & Hudaniah. (2015). Psikologi Sosial. (Edisi Revisi). Malang. UMM Press.
- Ferryanti N, V., Setiasih, & 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), 88–96.
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460–476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Hadinata, C., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). Hubungan self-presentation dengan kepuasan tubuh remaja pada SMP X. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 4 (2), 474-483.
- Hendraswara, A, R., Hutabarat, H, N., & Hanami, Y. (2020). Gambaran tipe self-presentation melalui konten foto instagram pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7 (2), 299-314. DOI: 10.15575/psy.v7i2.7159

- Humbertus, P., Jayanti, L, G, L, E., Cuo, F, O., Laumanto, F., Pradynya, P, C, M. Kecenderungan pembentukan inauthentic self-presentation pengguna instagram. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4 (5), 1812-1825.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. www.aaai.org
- 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>
- Latupeirissa, A., & Wijono, S. (2022). Self-Esteem dengan Self-Presentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2). <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i2.200>
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instgram. In *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol. 16, Issue 01). www.frans.co.id
- 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>
- Baity, S., & Perdhana, T. (2022). Self-Esteem dengan Self-Presentation Unggahan Selfie Instagram pada Mahasiswi. In *Jurnal Social Philantropic* (Vol. 2022, Issue 2).
- Nastiti, A, D, S, & Purworini (2018). Pembentukan harga diri: Analisis presentasi diri pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10 (1). 33-47
- Nurhayati, & Nurmina. (2020). Kontribusi Big Five Personality Terhadap Strategi Presentasi Diri pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2488–2494.
- Perdini, T. A., & Hutahaean, E. S. H. (2021, October 7). *Youth Virtue Self-Esteem and Positive Presentation in Social Media Instagram*. <https://doi.org/10.4108/eai.18-11-2020.2311809>.
- Rarasati, D, B., Hudaiah., & Prasetyaningrum. (2019). Strategi presentasi diri pengguna instagram ditinjau dari tipe kepribadian. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 7(2), 2540-8291.
- Ramadhani, F., & Ningsih, Y. T. (2021). Kontribusi Self Esteem Terhadap Self Presentation Pada Remaja Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2986–2991.
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 2(3), 172–183.
- Safitri, D., Fitriani, A., Dwi, I., Izzati, C., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2023). *Hubungan self consciousnee dan body image dengan self presentation pengguna instagram* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.uml.ac.id/TIT>
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2017). Are Self-Presentation Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear Of Missing Out? *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 21(2), 70. <https://doi.org/10.7454/mssh.v21i2.3502>
- 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>