



**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *SELF-PRESENTATION ONLINE* PADA *COSPLAYER* USIA DEWASA AWAL PENGGUNA *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

**NITA CAHYATI**

**46117320023**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**



**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *SELF-PRESENTATION ONLINE* PADA *COSPLAYER* USIA  
DEWASA AWAL PENGGUNA *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Program Studi Psikologi**

**NITA CAHYATI**

**46117320023**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PENYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nita Cahyati

NIM : 46117320023

Program Studi : Psikologi

Judul Laporan Skripsi : Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self-Presentation*  
*Online Pada Cosplayer Pengguna Instagram*

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 11 Agustus 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Nita Cahyati

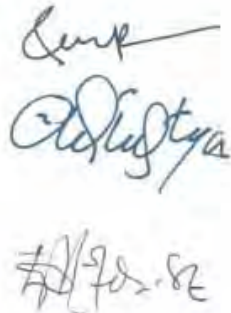
## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nita Cahyati  
NIM : 46117320023  
Program Studi : Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self-Presentation*  
*Online Pada Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna  
*Instagram*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Stratal pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Pembimbing : Fatma Nurqmarina, M.Psi, Psikolog  
NIDN : 330018602  
Ketua Penguji : Nurul Adhiningtyas, M.Psi, Psikolog  
NIDN : 308098203  
Penguji : Erna Multahada, M.Si  
NIDN : 315038002



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Agustus 2023


Mengetahui,

Dekan,



(Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D)

Ketua Program Studi,



(Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self-Presentation Online* Pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Fatma Nuraqmarina, M.Psi., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam proses penyusunan tugas akhir.
4. Ibu Nurul Adhiningtyas, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Sidang.
5. Ibu Erna Multahada, M.Si selaku Dosen Penguji Tugas Akhir.
6. Keluarga dan teman-teman yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungan.
7. Para *Cosplayer* yang telah menjadi partisipan dalam penelitian ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga kepada penulis selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 29 Agustus 2023  
Penulis,



Nita Cahyati

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nita Cahyati  
NIM : 46117320009  
Program Studi : Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self-Presentation*  
*Online* Pada *Cosplayer* Pengguna *Instagram*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2023

Yang menyatakan,



( Nita Cahyati )



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH. v	
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 <i>Self-Presentation Online</i> .....	6
2.1.1 Definisi <i>Self-Presentation Online</i> .....	6
2.1.2 Aspek - Aspek <i>Self-Presentation Online</i> .....	7
2.1.3 Faktor - Faktor <i>Self-Presentation Online</i> .....	7
2.1.4 Strategi <i>Self-Presentation Online</i> .....	7
2.2 <i>Self-Esteem</i> .....	8
2.2.1 Definisi <i>Self-Esteem</i> .....	8
2.2.2 Aspek-Aspek <i>Self-Esteem</i> .....	9
2.2.3 Karakteristik <i>Self-Esteem</i> .....	9

2.3	<i>Instagram</i> .....	10
2.3.1	Media Sosial <i>Instagram</i> .....	10
2.3.2	Fitur-Fitur <i>Instagram</i> .....	10
2.3.3	Fungsi Media Sosial <i>Instagram</i> .....	11
2.4	Perkembangan Masa Dewasa Awal.....	12
2.4.1	Masa Dewasa Awal .....	12
2.4.2	Tugas Perkembangan Masa Dewasa Awal .....	12
2.4.3	Karakteristik Masa Dewasa Awal.....	12
2.5	Penelitian Terdahulu .....	13
2.6	Kerangka Berpikir .....	17
2.7	Hipotesis Penelitian .....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....		19
3.1	Desain Penelitian .....	19
3.2	Variabel Operasional .....	19
3.2.1	Definisi Operasional .....	20
3.3	Populasi dan Sampel.....	20
3.3.1	Populasi.....	20
3.3.2	Sampel.....	20
3.3.3	Teknik Sampling.....	20
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.4.1	Skala Pengukuran.....	21
3.4.2	Instrument Penelitian .....	22
3.5	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	23
3.5.1	Validitas .....	23
3.5.2	Reliabilitas .....	24
3.6	Uji Asumsi .....	25
3.6.1	Uji Normalitas.....	25
3.6.2	Uji Linearitas .....	25
3.7	Uji Hipotesis .....	25



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Gambaran Umum Subjek.....	26
4.2 Data Demografi .....	26
4.2.1 Jenis Kelamin.....	26
4.2.2 Data Umur.....	27
4.2.3 Data Masa <i>Cosplay</i> .....	27
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	28
4.3.1 Kategorisasi Skor Variabel .....	28
4.3.2 Kategorisasi Variabel <i>Self-Esteem</i> .....	28
4.3.3 Kategorisasi Variabel <i>Self-Presentation Online</i> .....	28
4.4 Hasil Uji Asumsi.....	29
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	29
4.4.2 Hasil Uji Linearitas .....	29
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	30
4.5.1 Uji Korelasi Antar Variabel.....	30
4.5.2 Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel .....	30
4.5.3 Hasil Uji t .....	31
4.6 Uji Tambahan .....	31
4.7 Pembahasan .....	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
5.1 Kesimpulan .....	35
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	35
5.3 Saran .....	35
5.3.1 Saran Teoritis .....	35
5.3.2 Saran Praktis .....	36
DAFTAR PUSTAKA .....	37

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Skala Likert .....	21
Tabel 3.2 <i>Blue Self-Presentation on Facebook Questionnaire</i> (SPFBQ) .....	22
Tabel 3.3 <i>Blue Print Self-Esteem Scale</i> (RSES) .....	23
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas .....	24
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas .....	24
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	26
Tabel 4.2 Umur Responden .....	27
Tabel 4.3 Masa <i>Cosplay</i> Responden .....	27
Tabel 4.4 Kategorisasi Skor Variabel .....	28
Tabel 4.5 Kategorisasi <i>Self-Esteem</i> .....	28
Tabel 4.6 Kategorisasi <i>Self-Presentation Online</i> .....	28
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	29
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas .....	29
Tabel 4.9 Kategorisasi <i>Self-Presentation Online</i> .....	30
Tabel 4.10 Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel .....	30
Tabel 4.11 Hasil Uji t .....	31
Tabel 4.12 Uji Anova Data Demografi <i>Self-Esteem</i> .....	31
Tabel 4.13 Uji Anova Data Demografi <i>Self-Presentation Online</i> .....	31

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	17
-----------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	44
Lampiran 2. Hasil <i>Expert Judgement Self-Esteem</i> .....	49
Lampiran 3. Hasil <i>Expert Judgement Self-Esteem</i> .....	49
Lampiran 4. Hasil <i>Expert Judgement Self-Presentation Online</i> .....	70
Lampiran 5. Hasil <i>Expert Judgement Self-Presentation Online</i> .....	70
Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data.....	86



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Internet di era digital saat ini menjadi sebuah sistem untuk menghubungkan seseorang dengan orang lain secara online melalui media sosial. Menurut Ihya (2016) media sosial merupakan kebutuhan manusia agar dapat berhubungan dengan manusia yang lainnya dengan efektif. Salah satu media sosial yang populer adalah *Instagram* yang memiliki fungsi sebagai media interaksi dengan pengguna lain dengan cara mengunggah foto atau video sehingga pengguna *Instagram* digunakan sebagai sarana dalam mempresentasikan diri (Febriyanti, 2021).

Hasil penelitian dari Kang dan Wei (2018) mengarahkan pengguna *Instagram* menampilkan diri dengan melakukan *self-presentation* yang positif seperti melakukan *selfie*, sehingga *self-presentation* yang dilakukan individu secara *online* tersebut menghasilkan perhatian dan respon positif dari pengguna lain dan mendapatkan kepuasan pribadi. Dalam penelitiannya Mulyani dkk. (2018) menjelaskan hal yang sering dilakukan saat menggunakan *Instagram* yaitu melihat aktifitas pengguna lain, dan eksplorasi konten foto atau video yang sesuai dengan hobi, kebutuhan maupun kesukaan mereka.

Selain pesatnya perkembangan internet dan media sosial, masuknya budaya luar juga semakin banyak salah satunya yang masuk ke Indonesia adalah *cosplay* yang berasal dari Jepang. *Cosplay* merupakan kegiatan mengenakan kostum, rambut palsu, properti, dan *makeup* untuk merepresentasikan suatu karakter (Rosenberg & Letamendi, 2013). Orang yang melakukan kegiatan *cosplay* umumnya disebut dengan *cosplayer* (pemain kostum) ([id.wikipedia.org](http://id.wikipedia.org)).

Dari hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, bahwa rata-rata usia *cosplayer* berada pada masa dewasa awal. Menurut Hurlock (1995) masa dewasa awal adalah masa seseorang dalam melakukan penyesuaian diri yang dimulai dengan pola kehidupan baru dengan memanfaatkan kebebasan yang dimiliki. Menurut

Santrock (2012) masa dewasa awal yaitu masa transisi dari seorang remaja menuju masa dewasa dengan memasuki usia antara 18-25 tahun yang ditandai dengan kegiatan bersifat eksperimen dan eksplorasi.

Dewasa awal merupakan masa dimana mulai tumbuh perkembangan fisik dan psikologis seseorang sehingga mereka siap untuk beraktifitas dengan orang dewasa lainnya dan dapat membentuk hubungan serta kelompok sosial (Hurlock, 1995). *Cosplay* tidak hanya tentang diri sendiri namun juga penting untuk membentuk hubungan sesama *cosplayer* agar terhindar dari krisis keterasingan yang disebabkan oleh kesibukan pribadi. Oleh karena itu masa dewasa awal adalah masa yang tepat untuk menyalurkan *self-presentation* seseorang dalam bersosialisasi sehingga menciptakan hubungan yang baik (Setiawan, 2019)

*Cosplayer* pada usia dewasa awal memiliki kebutuhan akan *self-presentation* dengan media sosial yang efektif yaitu *Instagram* sebagai portofolio diri maupun personal branding untuk menunjang popularitas *cosplay* dan mendapat dukungan dari pengikut maupun *cosplayer* lain. Ketika seseorang menampilkan dirinya di media sosial seperti *Instagram* kepada orang lain dapat disebut dengan *self-presentation online* (Djafarova, 2017). *Self-presentation online* yaitu ketika individu dapat menunjukkan berbagai aspek berbeda dari dirinya saat berinteraksi di media sosial (Michikyan et al., 2014).

*Self-presentation online* memiliki tiga aspek yang menunjukkan diri (*self*), menurut Michikyan (2014) yaitu dengan menampilkan diri yang sebenarnya (*real self*), menampilkan diri sebagaimana kemauan dan harapan yang ingin dibentuk individu (*ideal self*), tampil berbeda dan tidak sesuai dengan dirinya dalam mempresentasikan diri (*false self*). Dalam melakukan *self-presentation*, *self-esteem* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang di media sosial (Kusumasari & Hidayati, 2014). *Self-presentation online* yang dilakukan seseorang berkaitan dengan persepsi positif yang diharapkan sebagai bentuk dukungan dari orang lain, dimana dukungan tersebut akan membuat individu merasa berharga dan mengalami peningkatan *self-esteem* (Yang & Brown, 2016).

Rosenberg (1965) berpendapat bahwa *self-esteem* merupakan suatu evaluasi positif maupun negatif dari individu terhadap diri sendiri secara keseluruhan.



Damayanti (2018) dalam penelitiannya menyatakan, seseorang yang melakukan *self-presentation* di media sosial *Instagram*, memposting konten untuk mendapatkan umpan balik dari individu lain guna meningkatkan citra diri dan harga diri.

Kircaburun (2016) berpendapat, seseorang yang memiliki *self-esteem* negatif cenderung akan mengalihkan diri ke media sosial, upaya meningkatkan *self-esteem* yang dimiliki. Sedangkan individu dengan *self-esteem* positif akan semakin percaya diri dan menjadikan media sosial sebagai penunjang popularitasnya (Raymer (2015). Individu dengan *self-esteem* yang negatif cenderung lebih memperhatikan pendapat orang lain mengenai dirinya di media sosial, sedangkan individu dengan *self-esteem* positif akan memanfaatkan media sosial untuk membangun gambaran positif mengenai personal dirinya (Fazriyati, 2013).

Seperti dalam penelitian Bahri (2015) memiliki hasil bahwa bentuk *self-esteem* dari *cosplayer* yaitu menjadi populer dalam kalangannya, menjadi bintang tamu atau *guest star* dalam *event cosplay*, sebagai juri pada perlombaan *cosplay*, mendapat banyak pujian dan perhatian dari orang lain, juara ketika mengikuti lomba *cosplay*, memiliki banyak tawaran foto dari pengunjung *event* maupun fotografer, dan dinantikan kehadirannya di *event cosplay* selanjutnya.

Selain itu hasil penelitian Anggarini (2016) juga menunjukkan bahwa melakukan *cosplay* dapat merubah *self-esteem* mereka, *cosplayer* yang memiliki *self-esteem* negatif merasakan perubahan dengan adanya peningkatan kemampuan yang berkaitan dengan *cosplay* seperti meningkatnya keahlian dalam *makeup*, pembuatan kostum, properti, dan detail lainnya. Sedangkan *cosplayer* dengan *self-esteem* positif merasa semakin percaya diri. Crawford & Hancock (2019) dari penelitiannya, berpendapat bahwa bagi seorang *cosplayer*, *self-esteem* yang mereka miliki dipengaruhi oleh keberhasilannya dalam meniru karakter yang sedang ditampilkan.

Pada penelitian sebelumnya oleh Zenita (2019) yang memiliki hasil bahwa adanya hubungan positif signifikan antara *self-esteem* dan *self-presentation*, yaitu ketika seseorang memiliki *self-esteem* yang positif maka akan semakin positif juga *self-presentation* yang dilakukan di *Instagram*. Berbeda dengan hasil penelitian

oleh Handayani (2017) bahwa tidak ada hubungan signifikan mengenai harga diri dengan presentasi diri pada pengguna *Instagram*. Serta penelitian dari Rahmadeni (2021) yang menyatakan tidak terdapat hubungan signifikan antara *self-esteem* dengan *self-presentation* pada pengguna media sosial *Instagram* karena tidak mencantumkan jumlah *follower* sebagai kriteria responden.

Peneliti juga melakukan wawancara tambahan kepada beberapa *cosplayer* perempuan dan laki-laki melalui *direct message Instagram* pada Maret 2023 dan ditemukan bahwa rata-rata usia berada pada dewasa awal. Menurut Wijaya dan Andini (2018) bahwa masyarakat yang menyukai dan mengkonsumsi budaya populer Jepang seperti *cosplay*, rata-rata berusia remaja menuju dewasa. Selain itu dari hasil wawancara banyak dari mereka mengatakan bahwa kegiatan tersebut dilakukan berawal dari rasa penasaran maupun ajakan teman. Kegiatan *cosplay* juga dianggap menyenangkan dan menunjukkan bahwa melalui *cosplay* para *cosplayer* dapat menunjukkan diri menyesuaikan dengan keinginan maupun kepribadian mereka. Banyak dari mereka berharap agar dapat lebih dikenal dalam lingkungan *cosplay* dan bisa memiliki penghasilan dari hobinya. Untuk mewujudkan harapan tersebut salah satu cara yaitu mempresentasikan diri mereka di sosial media seperti *Instagram* dengan mengunggah konten foto atau video yang dilakukan dengan kepercayaan diri serta motivasi untuk berkembang.

Berdasarkan latar belakang dan wawancara yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa seorang *cosplayer* memiliki keinginan untuk diperhatikan dan menjadi sorotan publik bahwa dirinya menarik dan memiliki keahlian khusus dibidangnya. Mereka berlomba-lomba agar mendapatkan dukungan, menjadi lebih populer, dan dapat menambah *follower*. Maka banyak dari mereka yang memodifikasi perilaku dalam presentasi diri untuk menyesuaikan dengan harapan orang lain. Menampilkan diri sesuai dengan harapan orang lain tentu tidak mudah, untuk melakukan perilaku tersebut salah satu faktor yang mempengaruhi adalah *self-esteem* yang baik. Sehingga seorang *cosplayer* lebih percaya diri dan termotivasi untuk melakukan *self-presentation* secara *online* di *Instagram*.

Oleh karena itu, peneliti berpendapat adanya keterkaitan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online*, dan subjek *cosplayer* yang dipilih karena fenomena *cosplay* merupakan fenomena budaya yang unik namun masih jarang

diperhatikan sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui seperti apa *copslay* tersebut. Selain itu peneliti tertarik unutupuk mengkaji hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* usia dewasa awal pengguna *Instagram*, karena diketahui masih terdapat perbedaan hasil penelitian pada penelitian sebelumnya, maka menarik peneliti apabila dapat mengetahui proses dan hasil penelitian secara langsung sehingga mengetahui pentingnya penelitian ini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut “Apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* usia dewasa awal pengguna *Instagram*?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji secara empiris mengenai ada atau tidaknya hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* usia dewasa awal pengguna *Instagram*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini yaitu menambah sumber informasi sehingga dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa terkait *self-presentation online* sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan *self-esteem* individu terutama pada *cosplayer* usia dewasa awal.

### 1.4.2 Manfaat Teoritis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat menjadi suatu informasi yang berguna bagi para *cosplayer* mengenai cara menangani *self-esteem* negatif yaitu dengan melakukan *self-presentation onlie*.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### **2.1 Self-Presentation Online**

##### **2.1.1 Definisi Self-Presentation Online**

*Self-presentation* yang umumnya dilakukan secara langsung pada kehidupan sehari-hari, saat ini juga dapat dilakukan secara *online* di media sosial yang disebut dengan *self-presentation online*. Michikyan et. al. (2014) berpendapat, *self-presentation online* adalah perilaku ketika seseorang menampilkan dirinya dengan menggunakan foto atau video, dan postingan di beranda, sehingga terbentuk tampilan citra diri dari berbagai sisi berbeda dari diri individu tersebut (*self*).

Huang (2014) berpendapat, *self-presentation online* dilakukan oleh pengguna media sosial yang mengelola kesan diri mereka melalui interaksi sosial pada orang lain dengan mencoba menjadi lebih menarik, lucu, atau berpengetahuan. Pengguna media sosial tersebut juga dapat menampilkan kesan dirinya dengan membuat biografi pribadi, mengunggah foto dan video, mengunggah kegiatan, berbagi kehidupan, menunjukkan kepedulian dan sikap yang ramah kepada teman-temannya dengan cara berkomentar positif pada unggahan pengguna lain.

Menurut Yang & Brown (2016) *self-presentation online* digunakan sebagai suatu hal dalam membentuk, mempertahankan atau mengubah citra diri seseorang di hadapan orang lain. Rui & Stefanone (2013) juga berpendapat *self-prsentation online* dilakukan oleh seseorang bukan dalam konteks tatap muka secara langsung, tetapi dalam secara *online* sebagai Upaya menciptakan kesan sehingga membuat orang lain terkesan mengesankan orang lain.

Smith dan Sanderson (2015) mengatakan, ketika melakukan presentasi diri secara online penting bagi individu memiliki kemampuan berkesan secara virtual. Menurut Bojmel et al., (2016) penting memiliki strategi dalam meningkatkan *self-presentation online* sehingga dapat menerima umpan balik (*feedback*) positif di sosial media.

Dari definisi oleh tokoh-tokoh tersebut dapat disimpulkan bahwa self-presentation online merupakan perilaku individu secara online dengan menampilkan foto atau video dan menampilkan berbagai aspek dirinya sehingga menciptakan kesan diri yang lebih menarik. Dengan menunjukkan strategi peningkatan *self-presentation online* sehingga membuat orang lain terkesan, dan mendapatkan *feedback* positif dari orang lain.

### **2.1.2 Aspek-Aspek Self-Presentation Online**

Michikyan (2014) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek penting *self-presentation online* yang terdiri dari:

- a. *Real self*, adalah perasaan individu yang sesungguhnya, muncul karena karena adanya motivasi dari diri sendiri sehingga terdorong untuk menampilkan diri yang sesungguhnya.
- b. *Ideal self*, adalah bentuk gambaran diri *ideal* dari individu yang muncul dari aspirasi, keinginan dan harapan diri dengan melibatkan sisi positif atau negatif dari dirinya.
- c. *False self*, merupakan perasaan, tindakan berbeda atau bukan sebenarnya dari diri individu dengan menampilkan informasi diri yang tidak seluruhnya benar (*deception*), mencoba bermacam hal diluar aspek dirinya (*exploration*), serta menciptakan kesan pada orang lain sehingga mendapatkan *feedback* seperti yang diharapkan (*impress others*).

### **2.1.3 Faktor – Faktor Self-Presentation Online**

Individu dalam mempresentasikan diri secara *online* di media sosial, dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor sehingga mendapatkan kesan tertentu dari orang lain terhadap individu tersebut. Menurut Aiyuda et al. (2019) terdapat dua faktor yang mempengaruhi *self-presentation online*, yaitu:

- a. Faktor internal, terbentuk dari dalam diri seseorang yang mencakup *self-esteem*, *self-concept*, gender, narsisme, kepribadian dan emosi individu tersebut.
- b. Faktor eksternal, terbentuk dari luar diri seseorang, yang meliputi lingkungan sosial, budaya.



### 2.1.1 Strategi *Self-Presentation Online*

Selain mengenai *self*, terdapat lima strategi *self-presentation online* yang digunakan untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) di media social. Strategi tersebut dikembangkan oleh Jones & Pittman (1982) yang mengidentifikasi bahwa untuk memperoleh presentasi diri sebagaimana yang diharapkan maka perlu melakukan hal sebagai berikut:

- a. *Ingratiation*, yaitu suatu kebaikan atau hal positif yang dilakukan seseorang agar diterima dan disukai orang lain.
- b. *Self-promotion*, yaitu dengan menunjukkan pengetahuan, prestasi atau kemampuan untuk mencapai penghargaan.
- c. *Intimidation*, yaitu dengan dipandang sebagai orang yang memiliki kuasa atas suatu hal, sehingga lebih dihormati dan disegani.
- d. *Exemplification*, yaitu melakukan totalitas lebih ketika mengerjakan suatu hal, sehingga dianggap memiliki dedikasi yang tinggi.
- e. *Supplication*, yaitu dengan menunjukkan ketidakmampuan dan dianggap seperti seseorang yang membutuhkan bantuan, sehingga individu lain akan merasa peduli dan mendapat lebih banyak dukungan.

## 2.2 *Self-Esteem*

### 2.2.1 Definisi *Self-Esteem*

Rosenberg (1965) menjelaskan *self-esteem* merupakan evaluasi diri negatif maupun positif dari diri individu secara keseluruhan. Menurut Erikson (1963) *self-esteem* bukanlah karakteristik yang terdapat pada diri seseorang sejak lahir, melainkan suatu bagian yang terbentuk dari kepribadian sejak individu tersebut mengawali kehidupannya.

Menurut Coopersmith (1967) *self-esteem* merupakan penilaian seseorang terhadap diri sendiri yang mencakup penilaian diri secara positif maupun secara negatif, sehingga untuk memperoleh *self-esteem* yang positif atau negatif akan bergantung pada penilaian individu tersebut.

Mckay (2000) berpendapat bahwa *self-esteem* merupakan hal penting dalam psikologis kehidupan. Matthew Mckay juga menyatakan, individu tanpa adanya *self-esteem* maka kehidupan akan terasa emosional dan menyakitkan karena *self-*



*esteem* adalah salah satu kebutuhan dasar yang terdapat pada psikologis manusia. Individu dengan *self-esteem* yang positif dapat membangun rasa percaya diri, berguna, penghargaan diri, keyakinan atas kemampuan diri, dan keyakinan jika kehadirannya diperlukan. Sedangkan individu dengan *self-esteem* yang negatif, akan merasa dirinya tidak berharga, tidak mampu dan tidak puas pada dirinya (Coopersmith, 1967).

Berdasarkan definisi dari tokoh-tokoh tersebut, disimpulkan bahwa *self-esteem* adalah evaluasi diri secara negatif atau positif secara keseluruhan. *Self-esteem* penting bagi individu karena merupakan kebutuhan dasar psikologis manusia yang terbentuk dari kepribadian individu tersebut, sehingga kehidupan dapat dirasakan dengan lebih emosional.

### 2.2.2 Aspek - Aspek *Self-Esteem*

Rosenberg (1965) menyatakan dua aspek dari *self-esteem*, yaitu:

#### a. *Self-Acceptance* (Penerimaan diri)

Penerimaan diri yaitu ketika individu dapat menghargai segala hal yang terdapat pada dirinya. Bentuk dari *self-acceptance* yaitu sebagai penilaian diri dengan menganggap bahwa dirinya mampu, dapat diandalkan, memiliki potensi, dan sikap efektif. Individu dengan *self-acceptance* positif cenderung akan merasa berkemampuan baik dalam melakukan hal-hal dan puas dengan kemampuan tersebut yang terdapat pada dirinya.

#### b. *Self-Respect* (Penghormatan diri)

Penghormatan diri merupakan bagaimana individu dapat menghormati dan menghargai dirinya sendiri. Hal ini terbentuk oleh perasaan berharga dari dalam lingkungan sosial seseorang, selain itu dengan penilaian mengenai dirinya apakah individu tersebut baik atau buruk yang terlepas dari bagaimana individu tersebut berpikir mengenai pendapat individu lain yang melihat dirinya.

### 2.2.3 Karakteristik *Self-Esteem*

Menurut Rosenberg (1965) *self-esteem* terbagi atas dua karakteristik yaitu *self-esteem* positif dan negatif dengan ciri-ciri sebagai berikut:

#### a. *Self-esteem* positif

Individu dengan *self-esteem* positif akan merasa akan keberhargaan dirinya, ia akan bangga, menghargai dan merasa puas terhadap dirinya. *Self-esteem* positif tidak hanya membuat individu menerima diri mereka apa adanya, namun juga ingin tumbuh, memperbaiki, dan bangkit mengatasi kekurangan mereka. Selain itu juga dapat bersikap optimis, positif dan berpikir konstruktif.

a. *Self-esteem* negatif

Individu dengan *self-esteem* negatif merasa tidak puas dengan dirinya, sehingga ingin berada di posisi orang lain. Individu tersebut biasanya akan berpikir pesimis dan menganggap kritik sebagai ancaman sehingga sulit bangkit dari kegagalan. Selain itu mereka juga sulit berinteraksi dan menghindari resiko.

## 2.1 Instagram

### 2.1.1 Media Sosial Instagram

Kevin Systrom dan Mike Krieger merancang sebuah aplikasi jejaring sosial yang saat ini disebut dengan media sosial *Instagram* yang dibuat pada 6 Oktober 2010. Kemudian tahun 2021 *Instagram* sendiri telah memiliki pengguna aktif sebanyak 1,2 miliar dimana hasil tersebut melebihi jumlah pengguna media sosial *Twitter* (We Are Social Hootsuite, 2021). *Instagram* lebih berfokus pada unggahan foto dan video, sehingga dapat menjadi sarana pembentukan citra diri.

Sebagai pengguna *Instagram*, memiliki banyak pengikut (*followers*) merupakan suatu pencapaian. Apabila seorang individu mengunggah foto atau video dan mendapatkan banyak *like* (disukai) serta komentar positif maka akan terlihat bahwa pengguna tersebut memiliki citra diri yang tinggi dan dapat menjadi *figure* atau panutan bagi banyak orang (Febriana, 2016).

Survey yang dilakukan terhadap pengguna *Instagram* menunjukkan, *Instagram* adalah media sosial terpopuler dengan pengguna aktif sebesar 59% dengan usia pengguna rata-rata 18-29 tahun (Jackson, 2017). *Instagram* merupakan aplikasi *mobile* tidak hanya terdapat pada suatu *website* namun juga dapat sibuk melalui smartphone *android* atau *apple*, dan *tablet* sehingga dapat dengan mudah diakses dimanapun dan kapanpun.

### 2.1.2 Fitur-Fitur *Instagram*

Penjelasan dari Atmoko (2012) menyatakan bahwa terdapat lima fitur utama yang pada *Instagram*, yaitu:

- a) *Home Page*, sebagai halaman pertama yang menampilkan linimasa atau timeline berisi unggahan foto atau video terbaru dari diri sendiri maupun pengguna lain yang telah berteman atau saling mengikuti.
- b) *Comments*, pengguna dapat menambahkan sebuah komentar positif maupun negatif pada konten foto dan video yang diunggah oleh pengguna lain.
- c) *Explore*, gambar yang lebih sering disukai atau dicari oleh pengguna *Instagram* yang ditampilkan secara bersamaan sesuai dengan algoritma tertentu yang kemudian masukkan ke dalam *explore/feeds*.
- d) *Profil*, menampilkan seluruh foto dan video yang telah diunggah, jumlah *followers* dan *following* serta identitas atau biografi singkat yang dapat ditulis, sehingga dapat membentuk citra diri pengguna.
- e) *News Feed/Stories*, menampilkan cuplikan foto atau video dengan beragam aktivitas terbaru yang dilakukan pengguna *Instagram*.

### 2.1.3 Fungsi Media Sosial *Instagram*

Menurut Kietzmann, dkk. (2011) media sosial *Instagram* memiliki berbagai fungsi sebagai berikut:

- a. *Identity*, pengguna dapat menampilkan identitas diri sesuai apa yang ingin ditunjukkan, terdiri dari nama, usia, jenis kelamin, foto atau video, lokasi dan profesi.
- b. *Conversation*, pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar maupun *direct message* di media sosial.
- c. *Sharing*, pengguna dapat membagikan konten foto dan video di media sosial.
- d. *Presence*, pengguna dapat mengetahui aktif atau tidaknya pengguna lain dengan melihat kehadiran di bagian pengguna yang sedang online, namun hal ini hanya berlaku bagi pengguna yang telah saling mengikuti.

- e. *Relationship*, adalah hubungan yang tercipta pada media sosial dapat berasal dari yang awalnya tidak saling kenal menjadi berteman di media sosial.
- f. *Reputation*, dilakukan dengan mengidentifikasi profil pengguna lain mengenai pencapaian yang ditunjukkan pengguna tersebut.
- g. *Group*, berfungsi untuk membuat obrolan grup atau komunitas dengan kesamaan latar belakang, minat maupun keinginan.

## **2.4 Perkembangan Masa Dewasa Awal**

### **2.4.1 Masa Dewasa Awal**

Santrock (2012) berpendapat bahwa masa dewasa awal terjadi dari usia 18 sampai 25 tahun yaitu ketika individu mulai memiliki hubungan dengan lawan jenis, melakukan berbagai kegiatan yang ditandai oleh eksperimen dan eksplorasi mengenai karir, keinginan atau jati diri, gaya hidup dan keputusan berhubungan sosial. Menurut Arnett (2014) usia dewasa awal dimulai dari 18-29 tahun. Menurut Putri (2019) masa dewasa awal juga merupakan masa peralihan dari perkembangan remaja ke dewasa.

Masa dewasa awal adalah ketika seseorang mulai memutuskan hal dengan mandiri, seperti yang berkaitan dengan keuangan, pendidikan, pekerjaan, dan hubungan dengan individu lain (Santrock, 2012).

### **2.4.2 Tugas Perkembangan Masa Dewasa Awal**

Putri (2019) membagi tugas-tugas perkembangan pada masa dewasa awal, sebagai berikut:

- a. Memilih dalam teman hidup, berupa pasangan yang cocok dan dapat melanjutkan ke jenjang pernikahan
- b. Belajar memulai hidup dengan pasangandan keluarga, dengan mulai mengutarakan pendapat dan pikiran masing-masing.
- c. Mulai berkeluarga, dengan mengatur rumah tangga dan belajar untuk mengutamakan kebutuhan keluarga
- d. Belajar menjadi orang tua dan menentukan pola asuh dalam mendidik anak
- e. Mampu beradaptasi dalam lingkungan baru, seperti ketika mulai memasuki dunia kerja atau pemindahan divisi maupun jabatan
- f. Melaksanakan tanggung jawab dan mulai menentukan jalan hidupnya

- g. Mendapatkan kelompok sosial dengan minat dan pemahaman yang sesuai dengan dirinya

### 2.4.3 Karakteristik Masa Dewasa Awal

Menurut Arnett (2014) masa dewasa awal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. *Identity Explorance*, pada masa dewasa awal individu belum memasuki tahap stabil kehidupan dewasa seperti pekerjaan jangka panjang, pernikahan, dan menjadi orang tua. Hal ini membuat individu mengeksplorasi identitasnya untuk bersenang-senang, mendapatkan pengalaman hidup, dan bermain.
- b. *Instability*, rencana hidup yang telah ditentukan sangat berkemungkinan berbanding terbalik dengan keadaan, sehingga individu akan mengalami sejumlah perubahan dan mendapat pelajaran.
- c. *Self-focus*, memasuki masa dewasa individu mulai mandiri dan memiliki kebebasan untuk menentukan pilihannya dan mulai lebih fokus pada dirinya seperti memahami diri dan apa yang diinginkan.
- d. *Feeling in-between*, yaitu masa peralihan individu di mana bukan lagi seorang remaja tetapi juga belum menjadi dewasa yang bertanggung jawab atas diri sendiri dan membuat keputusan sendiri, dan mandiri secara finansial.
- e. *Possibilities/Optimism*, yaitu berpikir positif atas kemungkinan yang akan terjadi pada masa depan individu dengan mengharapkan hal baik seperti memiliki pekerjaan dengan gaji yang memuaskan, pernikahan yang langgeng, dan anak-anak yang bahagia. Meskipun tidak selalu keinginan tersebut menjadi kenyataan.

### 2.5 Penelitian Terdahulu

Sebagai pendukung teori-teori dari penelitian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil dari penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik dan judul dengan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

#### **Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Jurnal	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dila Oktaputrining Catur Susandi. (2014). <i>Applied Microbiology and Biotechnology</i> , 85(1), 2071–2079.	Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial <i>Facebook</i> .	Hasil penelitian terhadap remaja menyatakan, harga diri positif menunjukkan individu pantas menjadi sorotan media dan menjadi yang pertama diperhatikan ketika terlihat <i>online</i> di media sosial <i>Facebook</i> . Sebaliknya, individu yang kurang mampu mempresentasikan diri mereka di <i>Facebook</i> , akan cenderung diam, tidak peduli dan selektif dalam memilih temannya.
2	Tri Rahmadeni, Yuninda Tria Ningsih (2021). <i>Vol. 3 No. 4 (Oktober 2021) Halaman: 351-361</i>	Hubungan <i>Self-Esteem</i> dengan <i>Self-Presentation</i> pada Remaja Pengguna Media Sosial <i>Instagram</i> .	Hasil dari penelitian, tidak adanya hubungan signifikan antara <i>self-esteem</i> dengan <i>self-presentation</i> pada pengguna media sosial <i>Instagram</i> . Remaja yang ingin dinilai oleh orang lain tidak memiliki hubungan terhadap bagaimana remaja ingin menampilkan dirinya di media sosial <i>Instagram</i> . Pada penelitian ini diduga karena jumlah pengikut di



			<i>Instagram</i> subyek tidak dijadikan sebagai kriteria responden.
3	Zhang, H. (2015).	<i>Gender, Personality, and Self Esteem as Predictors of Social Media Presentation</i>	Penelitian ini menemukan, <i>self-esteem</i> memiliki hubungan dengan <i>self-presentation</i> pada media sosial <i>Facebook</i> , yaitu apabila <i>self-esteem</i> individu negatif, maka individu tersebut akan menunjukkan <i>self-presentation</i> yang positif
4	Ting, C. T. (2014). <i>SS Student E-Journal</i> , 3, 1–35	<i>A Study on Motives, Usage, Self Presenattion and Number of Followers on Instagram.</i>	Hasil penelitiannya, menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara pengguna media sosial <i>Instagram</i> dengan jumlah <i>follower</i> yang dimiliki pada <i>Instagram</i> . Artinya individu akan lebih sering melakukan presentasio diri ketika memiliki lebih banyak pengikut.
5	Tazghini, S., & Siedlecki, K. L. (2013).	<i>A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem.</i>	Penelitian ini memiliki hasil bahwa seseorang dengan <i>self-esteem</i> negatif, tidak akan melakukan <i>self-presentation</i> untuk mempertahankan kesan

			dirinya. Sedangkan seseorang dengan <i>self-esteem</i> positif melakukan <i>self-presentation</i> upaya untuk meningkatkan dirinya.
6	Zenita, Y. M. (2019).	Hubungan <i>self-esteem</i> dengan presentasi diri pada pengguna <i>Instagram</i> .	Hasil penelitian, terdapat hubungan positif, signifikan antara <i>self-esteem</i> dengan <i>self-presentation</i> pengguna <i>Instagram</i> . Yaitu ketika seseorang memiliki <i>self-esteem</i> yang positif maka akan semakin positif juga <i>self-presentation</i> yang dilakukan di <i>Instagram</i> .
7	Overup, C. S., Brunson, J. A., & Acitelli, L. K. (2015) <i>The Journal of general psychology</i>	<i>Presenting different selves to different people: Self-presentation as a function of relationship type and contingent self-esteem.</i>	Penelitian ini memiliki hasil, <i>self-esteem</i> adalah faktor penting yang dimiliki seseorang dalam melakukan <i>self-presentation</i> . Seseorang dengan <i>self-esteem</i> negatif akan melakukan <i>self-presentation</i> untuk menunjukkan atau mempromosikan serta meningkatkan kesan dirinya.
8	Ramadhani, F. and Ningsih, Y.T. (2021)	Kontribusi <i>Self-Esteem</i> Terhadap	Hasil penelitian ini menyebutkan tidak adanya

	<i>Jurnal Pendidikan Tambusai</i> . 5, 2	<i>Self-Presentation</i> Pada Remaja Pengguna <i>Instagram</i>	hubungan positif antara <i>self-esteem</i> dengan <i>self-presentation</i> penggunaan media sosial <i>Instagram</i> .
9	Latupeirissa, A., & Wijono, S. (2022). <i>Bulletin of Counseling and Psychotherapy</i> , 4(2).	Hubungan <i>Self-Esteem</i> dengan <i>Self-Presentation</i> pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial <i>Instagram</i>	Hasil penelitian ini, adanya hubungan positif dan signifikan antara <i>self-esteem</i> dan <i>self-presentation</i> , yaitu semakin bagus dan positif <i>self-esteem</i> yang dimiliki maka <i>self-presentation</i> juga akan lebih bagus.
10	Handayani, P. (2017)	Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna <i>Instagram</i>	Penelitian ini memiliki hasil tidak adanya hubungan signifikan mengenai harga diri dengan presentasi diri pada pengguna <i>Instagram</i> . Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu agar lebih spesifik dalam memilih subjek penelitian, seperti frekuensi penggunaan <i>Instagram</i> , dan jumlah follower yang dimiliki subjek penelitian.

## 2.6 Kerangka Berpikir

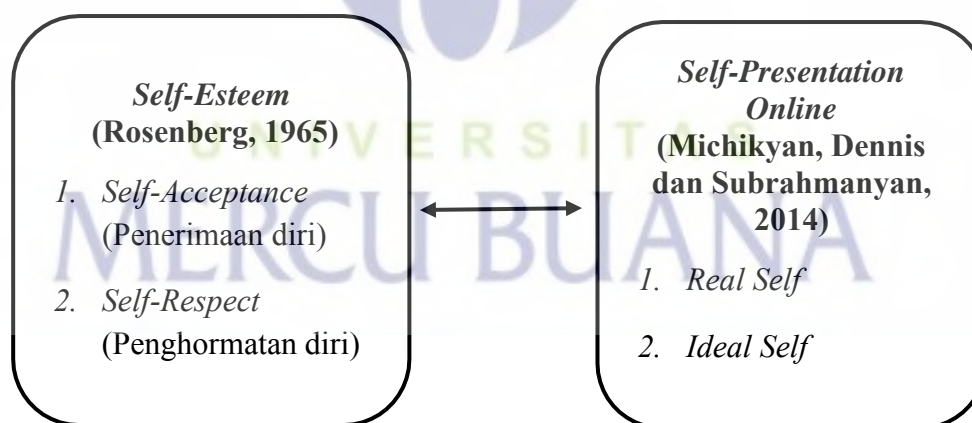
*Self-presentation online* merupakan sarana individu menampilkan diri di *Instagram* dengan memposting foto atau video sehingga menghasilkan perhatian dan kepuasan pribadi. Untuk mendukung kegiatan *cosplay* agar lebih berkembang

seorang *cosplayer* dapat melakukan *self-presentation online*.

Pada *cosplayer* biasanya *self-presentation online* dilakukan berdasarkan tuntutan *follower* atau orang lain, sehingga mereka sering menampilkan diri sesuai yang diinginkan orang lain agar mendapat dukungan positif dan meningkatnya popularitas. Hal tersebut tentu tidak mudah dilakukan, maka untuk mewujudkan *self-presentation online* yang positif seorang *cosplayer* memerlukan *self-esteem* yang positif agar mampu dan percaya diri sehingga termotivasi untuk menampilkan diri dan meningkatnya popularitas.

Menurut Kusumasari (2014) *self-esteem* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan *self-presentation* di media sosial.

Berikut kerangka berpikir mengenai hubungan *self-esteem* dengan *self-presentation online*, yaitu sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan data dan teori yang telah dijelaskan, peneliti menarik kesimpulan atas dugaan padapermasalahan yang disebutkan, menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* usia dewasa awal pengguna *Instagram*.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* usia dewasa awal pengguna *Instagram*.

#### 3.2 Variabel Operasional

##### 3.2.1 Definisi Operasional

###### a. *Self-Presentation Online* (Y)

*Self-Presentation online* adalah penampilan individu dengan mempresentasikan berbagai sisi dirinya yang dilakukan secara *online* di media sosial. *Self-presentation online* dalam penelitian ini diukur menggunakan *The Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ) dengan mencangkup tiga dimensi yaitu *real self*, *ideal self*, dan *false self*. Serta mengganti kata “*Facebook*” pada skala asli menjadi “*Instagram*”. Untuk mengetahui hasil pengukuran dari *self-presentation online* pada penelitian ini, dinyatakan dengan skor total kuesioner, yaitu semakin tinggi skor total pada kuesioner maka semakin tinggi juga perilaku *self-presentation online* yang dilakukan seorang *coplayer* dan sebaliknya semakin rendah skor kuesioner *self-presnetation online* maka semakin rendah juga *self-presnetation online* seorang *cosplayer* pengguna *Instagram* tersebut.

###### b. *Self-Esteem* (X)

*Self-esteem* atau harga diri adalah suatu pandangan dan penilaian/evaluasi sikap individu terhadap dirinya secara keseluruhan, baik sikap secara positif dan negatif, serta mengenai layak atau tidak dirinya secara utuh. *Self-esteem* dalam penelitian ini diukur

menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) dengan dimensi *self-acceptance* (penerimaan diri) dan *self-respect* (penghormatan diri). Pada skor total respon skala *self-esteem* dapat menunjukkan subjek memiliki *self-esteem* yang positif atau negatif. Semakin tinggi skor total *self-esteem*, maka semakin tinggi juga *self-esteem* pada seorang *cosplayer*. Sebaliknya semakin rendah total skor skala *self-esteem*, maka semakin rendah *self-esteem* pada *cosplayer* pengguna *Instagram* yang bekerja.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.2 Populasi**

Populasi adalah sekelompok subjek dengan karakteristik khusus yang identifikasi oleh peneliti untuk digeneralisasi, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah *cosplayer* perempuan maupun laki-laki yang menggunakan *Instagram* dengan rentan 18-29 tahun. Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti di *Instagram* maka jumlah populasi yang didapat sebanyak 320 orang.

#### **3.4.3 Sampel**

Sampel adalah suatu kuantitas dengan karakteristik dalam populasi (Sugiyono, 2014). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *cosplayer* perempuan maupun laki-laki pengguna media sosial *Instagram*. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dipilih menggunakan rumus dan tabel perhitungan dengan *margin error* 5% dengan melihat tabel jumlah penentuan sampel dari Isaac dan Michael. Maka jumlah proyeksi sampel yang didapatkan adalah 167 orang *cosplayer* perempuan maupun laki-laki dengan usia dewasa awal sebagai pengguna *Instagram*.

#### **3.4.4 Teknik Sampling**

Teknik sampling yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan tipe *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2014) teknik *non-probability sampling* tidak memberikan peluang sama pada setiap anggota populasi yang dipilih sebagai sampel dan *accidental sampling* sebagai penentuan sampel secara acak yang diketahui bahwa sampel tersebut dapat memenuhi kriteria sesuai kebutuhan penelitian.



### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk menentukan suatu interval pada alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif ketika digunakan dalam pengukuran (Sugiyono, 2014). Skala pengukuran yang dalam penelitian ini adalah skala likert yang digunakan sebagai pengukuran fenomena sosial mengenai pendapat, persepsi, dan sikap individu atau kelompok (Sugiyono, 2014). Kriteria dalam penilaian skala *likert* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Kriteria Penilaian Skala Likert**

Kategori	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

#### 3.4.3 Intrument Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner, dengan variabel *self-presentation online* dan variabel *self-esteem* serta alat ukur sebagai penjelasan berikut:

1. Alat ukur *self-presentation*

Variable *self-presentation* diukur menggunakan *Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ) yang disusun oleh Michikyan, Dennis dan Subrahmanyam (2014) dengan 17 item pertanyaan dan diadaptasi pada *Instagram*.

**Tabel 3.2**  
**Blue Self-Presentation on Facebook Questionnaire (SPFBQ)**  
**(Michikyan, Dennis dan Subrahmanyana (2014))**

Aspek	Indikator	Item		
		F	UF	Total
1. <i>False Self</i>	Menunjukkan diri yang berbeda dari sesungguhnya di <i>Instagram</i>	1, 2, 3, 4, 13, 14, 19		7
2. <i>Real Self</i>	Menampilkan diri dengan apa adanya di <i>Instagram</i>	5, 6, 7, 8, 9		5
3. <i>Ideal Self</i>	Menunjukkan diri dengan seperti yang diinginkan di <i>Instagram</i>	11, 12, 16, 20, 21		5
<b>Total Item</b>				<b>17</b>

2. Alat ukur *Self-Esteem*

Variabel *self-esteem* diukur menggunakan skala Rosenbeg *Self-Esteem Scale* (RSES) yang dikembangkan oleh Morris (Rosenberg, 1965) dengan jumlah item terdiri dari 10 pertanyaan yang terbagi menjadi 4 item pernyataan unfavorable dan 6 item pertanyaan favorable.

**Tabel 3.3**  
**Blue Print Self-Esteem Scale**

Aspek	Indikator	Item		
		F	UF	Total
1. <i>Self-Acceptance</i> (Penerimaan diri)	Menerima diri apa adanya	2, 6,	9,	6
	Memiliki kepuasan terhadap dirinya	7, 8	10	
	Memiliki rasa bermanfaat			

Aspek	Indikator	Item		
		F	UF	Total
	Menganggap dirinya memiliki banyak kelebihan			
2. <i>Self-Respect</i> (Penghormatan diri)	Melakukan apa yang orang lain dapat lakukan.	1, 4	3, 5	4
	Memiliki keyakinan untuk berhasil			
	Memiliki rasa dihargai			
<b>Total Item</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

(Rosenberg, 1965)

### 3.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

#### 3.4.2 Validitas

Menurut Santoso (2005), validitas adalah indikator untuk menunjukkan seberapa baik alat ukur dapat menangkap data yang akan diukur. Skala *self-esteem* pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala dari Rosenberg *Self-Esteem Scale* yang sudah dikembangkan oleh Morris dan diterjemahkan ke bahasa Indonesia. Begitu pun dengan skala *self-presentation online* oleh Michikyan yaitu *Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ).

Validitas skala tersebut dinilai dengan melalui penilaian *expert judgement* oleh para ahli Dosen Universitas Mercu Buana dengan Ibu Nurul Adiningtyas, M. Psi, Psikolog dan Ibu Mistety Oktaviana, M. Psi, Psi. Hasil penilaian yang dilakukan *expert judgement* yaitu tidak membuang item yang ada dalam skala *self-esteem* dan *self-presentation online*, namun hanya perlu memperbaiki penggunaan bahasa agar lebih tepat dan tetap menjaga makna dari versi aslinya. Peneliti juga melakukan uji validitas terhadap item penelitian menggunakan *IBM SPSS Statistics version 22 for Windows*. Dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Skor (r hitung)	Sig.	r tabel	Ket.
<i>Self-Esteem</i>	0,536 – 0,766	.000	0.148	Valid
<i>Self-Presentation Online</i>	0,410 – 0,603	.000	0.148	Valid

Berdasarkan table 3.4, bahwa nilai r hitung variabel *self-esteem* dan *self-presentation online*  $> 0,148$ . Maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur variabel *self-esteem* dan *self-presentation online* pada penelitian ini dinyatakan valid.

### 3.4.2 Reliabilitas

Kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel dievaluasi menggunakan uji reliabilitas. *Cronbach's alpha* adalah uji statistik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas. Menurut Ghazali (2016), ukuran standar *Cronbach's alpha* adalah 0,60 untuk uji reliabilitas, maka apabila *Cronbach's alpha*  $> 0,60$  maka dinyatakan reliabel, dan apabila  $< 0,60$  dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas pada variabel *self-esteem* dan *self-presentation online* tercantum sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Self-Esteem</i>	.854	10
<i>Self-Presentation Online</i>	.812	17

Berdasarkan table 3.5, disimpulkan bahwa pengukuran kedua variabel dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* untuk variabel *self-esteem* sebesar  $0,854 > 0,60$  dan *self-presentation online*  $0,812 > 0,60$ .

## 3.5 Uji Asumsi

### 3.5.2 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan untuk mengetahui apakah peyebaran data penelitian ini terdistribusi dengan normal atau tidaknya. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnof* yang menyatakan apabila terdapat nilai  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika  $< 0,05$  maka dikatakan tidak terdistribusi secara normal (Ghozali, 2016).

### 3.5.3 Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mendapatkan struktur hubungan yang mencangkup variable bebas dengan variable terkait, maka dapat diketahui hubungan linear dua variabel tersebut apakah signifikan atau tidaknya (Sugiyono, 2014). Dilakukannya uji linearitas sebagai syarat analisis korelasi atau regresi linear dengan nilai probabilitas  $> 0,05$  diartikan bahwa hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terkait (Y) adalah linear, sebaliknya apabila nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hubungan antara variabel tidak linear.

### 3.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pendapat mengenai koefisien sederhana dan determinasi pada hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Maka hipotesis penelitian ini menggunakan rumus:

Rumus Uji Hipotesis:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai t

r = nilai dari koefisien relasi

n = banyaknya jumlah yang diteliti

Dari rumus hipotesis tersebut, memiliki hasil apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti signifikan, sebaliknya apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka tidak signifikan.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Subjek

Subjek pada penelitian ini adalah *cosplayer* yang menggunakan media sosial *Instagram*. Dengan memanfaatkan penggunaan media sosial *Instagram*, kuesioner didistribusikan dengan bentuk *google form* dalam mengambil data penelitian ini. Jumlah sampel yang telah diperoleh adalah 175 partisipan mencakup *cosplayer* perempuan dan laki-laki. Data yang terkumpul diolah menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics version 22 for Windows*. Data demografis pada penelitian ini didapatkan dari data yang diisi oleh responden saat sebelum mengisi kuesioner penelitian. Adapun data demografis yang dicantumkan adalah jenis kelamin, umur, dan masa *cosplay*.

### 4.2 Data Demografi

#### 4.2.1 Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
Laki-laki	57	33%
Perempuan	118	67%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.1, terdapat total 175 responden dengan rincian masing-masing 57 laki-laki (33%) dan 118 perempuan (67%). Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.



#### 4.2.2 Data Umur

**Tabel 4.2 Umur Responden**

Umur	Jumlah	Presentasi
18 tahun	15	9%
19 tahun	13	7%
20 tahun	23	13%
21 tahun	26	15%
22 tahun	30	17%
23 tahun	16	9%
24 tahun	18	10%
25 tahun	12	7%
26 tahun	12	7%
27 tahun	3	2%
28 tahun	4	2%
29 tahun	3	2%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.2, data tersebut menunjukkan dari total 175 responden dengan usia 18-23 tahun sebanyak 123 orang (70%) dan usia 24-29 tahun sebanyak 52 orang (30%).

#### 4.2.3 Data Masa *Cosplay*

**Tabel 4.3 Masa *Cosplay* Responden**

Kelas Reguler	Jumlah	Presentasi
3-6 bulan	87	50%
6-12 bulan	26	15%
>12 bulan	62	35%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.3, data tersebut menunjukkan dari total 175 responden, dengan masa *cosplay* 3-6 bulan sebanyak 87 orang (50%), 6-12 bulan sebanyak 26 orang (15%) dan lebih dari 12 bulan sebanyak 62 orang (35%).

### 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

#### 4.3.1 Kategorisasi Skor Variabel

**Tabel 4.4 Kategorisasi Skor Variabel**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Self-Esteem</i>	175	19	35	26.24	5.116
<i>Self-Presentation Online</i>	175	29	56	44.69	6.685

Valid N (listwise)

Dari tabel 4.4, menunjukkan kategorisasi hipotetik skor *self-esteem* tertinggi adalah 35 dan skor terendah adalah 19 dengan rata-rata skor 26,24. Skor *self-presentation online* tertinggi adalah 56 dan skor terendah 29 dengan rata-rata skor 44,69.

#### 4.3.2 Kategorisasi Variabel *Self-Esteem*

**Table 4.5 Kategorisasi *Self-Esteem***

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 21$	48	27,4%
Sedang	$21 \leq X < 31$	95	54,3%
Tinggi	$X > 31$	32	18,3%
<b>Total</b>		<b>175</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.5, menggunakan kategorisasi hipotetik terdapat 48 responden (27,4%) memiliki *self-esteem* rendah, 95 responden (54,3%) memiliki *self-esteem* sedang, dan 32 responden (18,3%) yang memiliki *self-esteem* tinggi.

#### 4.3.3 Kategorisasi Variabel *Self-Presentation Online*

**Tabel 4.6 Kategorisasi *Self-Presentation Online***

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 38$	39	22,3%
Sedang	$38 \leq X < 51$	104	59,4%
Tinggi	$X > 51$	32	18,3%

<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

Berdasarkan tabel 4.6, menggunakan kategorisasi hipotetik terdapat 39 responden (22,3%) dengan *self-presentation online* rendah, 104 responden (59,4%) dengan *self-presentation online* sedang, dan 32 responden (18,2%) dengan *self-presentation online* tinggi,

#### 4.4 Hasil Uji Asumsi

##### 4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat data penelitian terdistribusi normal atau tidaknya. Data terdistribusi normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Self-Esteem</i>	0.91	Terdistribusi Normal
<i>Self-Presentation Online</i>		

Berdasarkan tabel 4.7, hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi  $0,91 > 0,05$ . Maka dapat diketahui bahwa nilai residual kedua variabel terdistribusi normal.

##### 4.4.1 Hasil Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier. Dikatakan linear apabila nilai signifikansi  $p > 0,05$ , jika  $p < 0,005$  maka tidak memiliki hubungan linear.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas**

Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
<i>Self-Esteem</i>	0.911	Linear
<i>Self-Presentation Online</i>		

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui bahwa hasil uji linearitas dari variabel *self-esteem* dan variabel *self-presentation online* memiliki nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar  $0,911 > 0,05$ . Sehingga dapat diartikan adanya hubungan yang linear antara variabel *self-esteem* dengan variabel *self-presentation online*.

## 4.5 Hasil Uji Hipotesis

### 4.5.1 Uji Korelasi Antar Variabel

**Tabel 4.9 Kategorisasi *Self-Presentation Online***

Kategori	Pearson Correlation	N	Sig. (2-tailed)
<i>Self-Esteem</i>	.473**	175	.000
<i>Self-Presentation Online</i>	.473**	175	.000

Berdasarkan table 4.9, diketahui bahwa hasil uji korelasi yang dilakukan menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,473 dan signifikasi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan dalam penelitian ini Hipotesa Alterantif diterima dan menolak H0 yang artinya terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation onine* dengan arah hubungan positif yaitu semakin positif *self-esteem* maka semakin positif juga *self-presentation onlie* individu tersebut.

### 4.5.2 Matriks Korelasi Atar Dimensi Variabel

**Tabel 4.10 Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel**

<i>Self-Presentation Online</i>	<i>Self-Esteem</i>		Sig. (2-tailed)
	<i>Self-Acceptance</i>	<i>Self-Respect</i>	
<i>False Self</i>	.569**	.520**	.000
<i>Real Self</i>	.231**	.149*	.000
<i>Ideal Self</i>	.263**	.246**	.000

Berdasarkan tabel 4.10, hasil korelasi antar aspek *self-esteem* terhadap aspek *self-presentation online* memiliki korelasi yang positif. Dimensi dengan nilai tertinggi yaitu aspek *self-acceptance* terhadap *false self* dengan nilai 0,569. Artinya individu dengan penerimaan diri yang positif akan menunjukkan diri dengan berbeda dari yang sesungguhnya di *Instagram*. Kemudian antara *self-respect* dengan *false self* memiliki nilai 0,520, artinya semakin individu menghargai dirinya maka semakin berani individu tersebut dalam mempresentasikan diri secara berbeda.

### 4.5.3 Hasil Uji t

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	28.453	2.339		12.163	.000
	self_esteem	.619	.088	.473	7.069	.000

a. Dependent Variable: self\_presentation\_online

Berdasarkan tabel 4.11, dari nilai signifikan yang diperoleh yaitu 0,000 < 0,05 yang artinya bahwa variabel *self-esteem* berpengaruh terhadap variabel *self-presentation online*. Berdasarkan nilai t, diketahui t hitung 7,069 > t table 1,654. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *self-esteem* berpengaruh terhadap variabel *self-presentation online*.

### 4.6 Uji Tambahan

Tabel 4.11 Uji Anova Data Demografi *Self-Esteem*

Kategorisasi	N	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Jenis Kelamin	Laki-Laki	.57	Tidak ada Perbedaan
	Perempuan	.118	
	<b>Total</b>	<b>175</b>	
Usia	18-23 tahun	.123	Tidak ada Perbedaan
	24-29 tahun	.52	
	<b>Total</b>	<b>175</b>	
Masa <i>Cosplay</i>	3-6 bulan	.26	Tidak ada Perbedaan
	6-12 bulan	.62	
	>12 bulan	.87	
<b>Total</b>	<b>175</b>		

Berdasarkan tabel 4.11 dapat terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh pada tabel di atas > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel *self-esteem* dan variabel *self-presentation online* berdasarkan jenis kelamin, usia dan masa *cosplay*.

Tabel 4.12 Uji Anova Data Demografi *Self-Presentation Online*

Kategorisasi	N	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Jenis Kelamin	Laki-Laki	.57	Tidak ada Perbedaan
	Perempuan	.118	
	<b>Total</b>	<b>175</b>	

Usia	18-23 tahun	123	.586	Tidak ada Perbedaan
	24-29 tahun	52	.893	
	<b>Total</b>	<b>175</b>		
Masa <i>Cosplay</i>	3-6 bulan	26	1.180	Tidak ada Perbedaan
	6-12 bulan	62	.762	
	>12 bulan	87	.760	
	<b>Total</b>	<b>175</b>		

Berdasarkan tabel 4.12, terlihat nilai signifikansi yang diperoleh  $> 0,05$ , maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel *self-presentation online* berdasarkan jenis kelamin, usia dan masa *cosplay*.

#### 4.7 Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 175 *cosplayer* sebagai responden yang terdiri dari 118 perempuan dan 57 laki-laki. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* terhadap *cosplayer* dewasa awal pengguna *Instagram*. Hasil uji hipotesis penelitian ini bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* melalui hasil perhitungan statistik uji korelasi menggunakan teknik *pearson correlation* maka menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,473 dan signifikansi 0,000. Artinya terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* dewasa awal pengguna *Instagram*. Pada hasil tersebut memiliki arti bahwa jika *self-esteem* individu positif maka *self-presentation online* di *Instagram* juga akan positif. Damayanti (2018) memaparkan bahwa perilaku presentasi diri individu pada *Instagram* dilakukan guna membentuk harga diri yang lebih tinggi.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian dari Zenita (2019), adanya korelasi positif, signifikan mengenai *self-esteem* dengan *self-presentation* pada pengguna *Instagram*, yaitu ketika individu memiliki *self-esteem* tinggi maka akan semakin tinggi juga *self-presentation online* yang dilakukan di *Instagram*. Terciptanya hubungan tersebut dapat disebabkan oleh *self-esteem* yang membantu membentuk keyakinan diri, orientasi sosial yang baik, kepercayaan diri, kemampuan dalam menghadapi kesulitan, dan mengembangkan harapan dengan tujuan positif. Pada akhirnya hal tersebut mendorong individu agar lebih mengembangkan *self-presentation* pada dirinya.



Pada hasil analisis deskriptif penelitian ini, bahwa subjek penelitian terbagi menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Pada kedua variabel terdapat banyak responden yang berada dalam kategori sedang, pada *self-esteem* sebanyak 95 orang (54,3%) dan pada *self-presentation online* sebanyak 104 orang (59,4%). Menurut Coopersmith (1967) individu dengan *self-esteem* sedang memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan individu dengan *self-esteem* tinggi, yaitu memiliki penilaian mengenai harapan-harapan, kemampuan dan kebermaknaan diri yang bersifat positif. Menurut Fiske & Taylor (1991) seseorang dengan *self-presentation* sedang akan terkesan membingungkan orang lain, yaitu ketika orang tersebut pada satu waktu dapat terlihat baik dan peduli, dan dapat sebaliknya di lain waktu. Coopersmith (1967) mengatakan bahwa kondisi *self-esteem* pada kategori sedang memiliki ciri yang hampir sama dengan *self-presentation* kategori tinggi yaitu memiliki penilaian positif mengenai harapan, kemampuan dan kebermaknaan diri. Perbedaannya terdapat pada keraguan individu tersebut dalam menilai diri sehingga memerlukan dukungan sosial yang lebih tinggi.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dimensi variabel *self-esteem* dengan *self-presentation online* memiliki hasil korelasi positif. Dimensi dengan nilai tertinggi yaitu antara *self-acceptance* terhadap *false self* dengan nilai 0,569 yang artinya individu dengan penerimaan diri yang positif akan menunjukkan dirinya dengan berbeda dari yang sesungguhnya di *Instagram*. Menurut Rozika (2016) *self-esteem* dianggap sebagai acuan seseorang agar mampu mempresentasikan diri dengan cara melihat citra orang lain dan kemudian membandingkan dengan dirinya, sehingga individu tersebut akan menunjukkan diri dengan berbeda dari sesungguhnya. Demikian menurut Yang & Ying (2021) bahwa individu menyeimbangkan diri untuk dapat beradaptasi dan sesuai dengan hal tersebut dengan cara menunjukkan bahwa ia telah berhasil dalam melakukan presentasi diri di media sosial.

Untuk uji korelasi antar dimensi kedua variabel antara dimensi *self-respect* dengan *false self* memiliki nilai 0,520, artinya semakin individu menghargai dirinya maka semakin berani individu tersebut dalam mempresentasikan diri secara berbeda. Menurut Gonzales (2010) individu dengan presentasi diri positif akan menunjukkan identitas sosial sesuai dengan kondisi sebagai bentuk adaptasi, salah satunya dengan memberi pujian dan menghargai antar pengguna media sosial.

Menurut Fiske & Taylor (1991) sikap menghargai orang lain juga akan dibalas dengan sikap menghargai. *false self* menampilkan diri secara berbeda dengan aslinya (Mickhiyan dkk., 2014). Artinya individu dapat bersikap saling menghargai meskipun berbeda dari yang sesungguhnya. Namun menurut Wright (2017) sering menampilkan diri secara *false self* berkemungkinan meningkatkan kecemasan.

Peneliti juga melakukan uji anova berdasarkan data demografi dengan 57 responden laki-laki dan 118 responden perempuan dan nilai signifikansi  $> 0,05$  yang artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel *self-esteem* dan *self-presentation online* berdasarkan jenis kelamin, usia dan masa *cosplay*.

Saptasagar (2022) menyatakan bahwa dampak positif *self-presentation* adalah mewujudkan komunikasi positif dengan orang lain maupun keluarga dan memperluas pertemanan. Sedangkan dampak negatif *self-presentation* dilihat yaitu ketika individu berpikir negatif mengenai kondisi fisik yang dapat berdampak pada psikologis akibat dari penggunaan *Instagram*. Menurut Baumeister (2005) faktor yang mempengaruhi terbentuknya *self-presentation* yaitu *self-confidence*, *self-consciousness*, *extraversion*, *other directness*, *self-esteem* dan *social anxiety*.

Faktor *self-presentation online* yang berpengaruh salah satunya adalah *self-esteem* yang memiliki gambaran positif terhadap diri seperti menggambarkan perasaan bangga pada hal yang dimiliki (Prawesti & Dewi, 2016). Menurut Pierce et, al (1989) *self-esteem* yang dimiliki sehingga memungkinkan memiliki kepercayaan diri untuk dapat digunakan individu dan merasa bahwa diri mereka penting di depan banyak orang. Menurut Mehdizadeh (2010) menemukan bahwa *self-esteem* berhubungan dengan *self-presentation* pada media sosial. Menurut Fazriyati (2013) individu dengan *self-esteem* yang negatif cenderung lebih memperhatikan pendapat orang lain mengenai dirinya di media sosial, sedangkan individu dengan *self-esteem* positif akan memanfaatkan media sosial untuk membangun gambaran positif mengenai personal dirinya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maupun pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *self-presentation online* pada *cosplayer* usia dewasa awal pengguna *Instagram*. Artinya, semakin positif *self-esteem* yang dimiliki *cosplayer* maka semakin positif juga *self-presentation online* yang dilakukan.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti merasa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, sehingga dapat menjadi faktor yang perlu lebih diperhatikan kembali dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, berikut merupakan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini:

1. Pengukuran hanya dilakukan pada beberapa komunitas *cosplay*, sehingga sampel yang didapat tidak banyak.
2. Ruang lingkup penelitian hanya meliputi usia dewasa awal dengan rentang usia 18-29 tahun, sehingga penelitian ini belum bisa mengetahui hasil pada remaja dan dewasa madya.
3. Media sosial yang digunakan untuk diteliti hanya *Instagram*, sehingga hasil penelitian hanya mengacu pada satu media sosial sehingga belum tentu memiliki hasil penelitian yang sama dengan media sosial lain.
4. Motif dan tujuan penggunaan media sosial pada responden tidak dijelaskan secara mendalam, sebab hal tersebut perlu adanya penelitian lanjutan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui hasil wawancara dan observasi.

#### 5.3 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, peneliti ingin memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Adapun sarannya sebagai berikut:

### 5.3.1 Saran Teoritis

1. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel atau dimensi lain yang diduga memiliki hubungan antar variabel, dan dapat menggunakan metode yang berbeda sehingga bisa memperoleh hasil yang lebih baik.
2. Untuk penelitian sejenis, selanjutnya dapat memperluas subjek penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

### 5.3.2 Saran Praktis

Bagi penelitian selanjutnya

- Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih mendalam dengan menggunakan faktor lain yang diduga berhubungan dengan pembentukan dan perkembangan *self-esteem* dengan *self-presentation online*, seperti *self-efficacy*, *body image*, *self-comparison*, *self-confidence* atau *self-concept*.
- Agar kualitas penelitian selanjutnya lebih meningkat dapat memperbanyak jumlah subjek, menambah data demografi dan memperhatikan faktor lain yang diduga berpengaruh pada penelitian.
- Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggali data lebih mendalam menggunakan metode kualitatif sehingga dapat melihat secara lebih luas gambaran dari variable.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdel-Khalek, A. M. (2016). Introduction to the Psychology of self-esteem. In F. Holloway (Ed.), *Self-esteem: perspectives, influences, and improvement strategies*. Nova Science Publisher (1), 1–23.
- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019). Presentasi diri Online di Sosial Media (Instagram dan Facebook). *Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, 2(2), 124-130.
- Alwisol. (2016). *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Anggarini, A. W. (2016). *Studi Deskriptif Mengenai Self-Esteem Pada Cosplayer Remaja di Jakarta Usia 13-18 Tahun*. Universitas Padjadjaran.
- Atmoko, D., B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Aydin, B., & Sari, S. V. (2011). Internet addiction among adolescents: the role of self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 15, 3500-3505.
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan Skala Psikologi: Edisi 2, Cetakan XIII* Yogyakarta: Anggota IKAPI Pustaka Pelajar.
- Arnett, J. J. (2014). *Emerging Adulthood: The Winding Road from the Late Teens through the Twenties (2nd ed.)*. Oxford University Press.
- Bahri, S. (2015). *Self Esteem Cosplayer*. Skripsi. Gresik: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., & Shahar, G. (2016). Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior. *Computers in Human Behavior*, 55, 788–795. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.033>
- Vohs, K. D., Baumeister, R. F., & Ciarocco, N. J. (2005). Self-Regulation and Self-Presentation: Regulatory Resource Depletion Impairs Impression Management and Effortful Self-Presentation Depletes Regulatory Resources. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(4), 632–657.
- Chua, T. H. & Leanne, C. (2016). Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girl's Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197. Retrived from <https://doi:10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Fransisco: W. H. Freeman and Company
- Crawford, G. & Hancock, D. (2019). *Cosplay and the Art of Play: Exploring Sub-Culture Through Art*. Palgrave Macmillan.
- Damayanti, A. & Purworini, D. (2018). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33.



- Djafarova, E. & Trofimenko, O. (2017). Exploring the relationships between self-presentation and self-esteem of mothers in social media in Russia. *Computers in Human Behavior*, 73, 20–27.
- Duggan, M. & Smith, A. (2013). Social Media Update 2013. *Pew Research Center's Internet*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2013/12/30/social-media-update-2013/>
- Erikson, E. H. (1993). *Childhood and Society*. WW Norton & Company.
- Fazriyati, W. (2013). Perilaku di Facebook Cermin Masalah Penerimaan Diri. Retrived From: <http://health.kompas.com/read/2013/09/18/1625487/Perilaku.di.Facebook.Cermin.Masalah.Penerimaan.Diri>.
- Febriana, M. (2016). *Hiperrealitas Angka Dalam Instagram (Studi Fenomenologi Tentang Dampak Media Sosial Dikalangan Peserta Didik SMA Negri 14 Surakarta)*. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Febriyanti, N. V., Setiasih, Kesumaningsari, A. (2021). Self-Presentation Berperan Terhadap Psychological Well-Being: Survey pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram. *Jurnal Ilmial Psikologi*. 12(2). 88-96.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition (2nd ed.)*. New York: Mcgraw-Hill Book Company.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Seelf in Everyday Life*. Jakarta: Erlangga.
- Gonzales, A. I. & Hancock, J. T. (2011). Mirror, Mirror on My Facebook Wall: Effects of Facebook Exposure on Self-Esteem. *Journal Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2). Retrived from <https://10.1089/cyber.2009.0411>
- Handayani, P. (2017). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hendraswara, A. R., Hutabarat, H. N., & Hanami, Y. (2020). Gambaran Tipe Self-Presentation melalui Konten Foto Instagram pada Mahasiswi. *Psymphathic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(2), 299-314.
- Huang, H. Y. (2014). Self-Presentation Tactics in Social Media. *International Conference on Social Science*. Retrieved from <https://doi.org/10.2991/icss-14.2014.76>.
- Hurlock, E. B. (1995). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Hootsuite and We Are Social. (2021). The Lastest Insight Into The State of Digital. Retrived from <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>
- Jones, E., E., dan Pittman, T., S. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. *Lawrence Erlbaum Associates Publisher* (1), 231-262.
- Kang, J., & Wei, L. (2018). Let me be at my funniest: Instagram users' motivation forusing Fista (a.k.a., fake Instagram). *The Social Science Journal*.



- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Journal of Business Horizons*, 54(3), 241-251. Retrived from <https://10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as predictors of depression among turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Kusumasari, H. & Hidayati, D. S. (2014). Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Teori & Terapan*, 4(2), 91–105.
- Latupeirissa, A. & Wijono, S. (2022). Self-Esteem dengan Self-Presentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Journal of Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2).
- Mackinnon, N. J. (2015). *Self-esteem and beyond*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mahmud, N. K. (2021). *Pengaruh Interpersonal Trust Terhadap Self-Presentation Pada Remaja Pengguna Instagram*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Maslow, A. H. (2006). *On Dominance, Self-Esteem and Self-Actualization*. Ann Kaplan: Maurice Basset.
- Mawardi, L. N. C. (2020). Hubungan self-presentation dan self-esteem pada remaja pengguna fake account instagram. *Doctoral dissertation*, Universitas Pelita Harapan.
- McKay, M., Patrick F. (2000). *Self-Esteem Thrid Edition*. Oakland: New Harbinger Publications.
- Mehdzadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357–364.
- Michikyan, M., Jessica, D. & Kaveri, S. (2014). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Sage Publication*, 33(1). Retrived from <https://doi: 10.1177/2167696814532442>
- Nugraheni, T. S. & Sugiri, S. (2004). Pengaruh Reputasi, Etika, Dan Self Esteem Subordinate Terhadap Budgetary Slack Di Bawah Asimetri Informasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 19(4), 375 – 388.
- Overup, C. S., Brunson, J. A. & Acitelli, L. K. (2015). Presenting different selves to different people: Self-presentation as a function of relationship type and contingent self-esteem. *The Journal of General psychology*, 142(4), 213- 237. Retrived from <https://10.1080/00221309.2015.1065787>.
- Pierce, G. F., Mustoe, T. A., Lingelbach, J., Masakowski, V. R., Griffin, G. L., Senior, R. M., & Deuel, T. F. (1989). Platelet-derived growth factor and transforming growth factor-beta enhance tissue repair activities by unique mechanisms. *The Journal of cell biology*, 109(1), 429-440. <https://doi.org/10.1083/jcb.109.1.429>
- Pratiwi, R. S. (2014). Faktor Penyebab Perilaku Cosplayer Larp (live Action Role Playing) Pada Komunitas JCEB (Japanese Club East borneo) Samarinda. *Jurnal Psikoborneo*, 2(2).
- Prawesti, F. S., & Dewi, D. K. (2016). Self esteem dan self disclosure pada mahasiswa psikologi pengguna blackberry messenger. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 7(1), 1-8. <https://doi.org/10.26740/jptt.v7n1.p1-8>

- Putri, A., F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35-40.
- Rahmadeni, T. & Ningsih, Y. T. (2021). *Hubungan Self Esteem Dengan Self Presentation Pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram. Skripsi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Raymer, K. E. (2015). *The effects of social media sites on self-esteem. Theses and Dissertations*. Rowan University.
- Rosenberg, R. S. & Letamendi, A. M. (2013). Expressions of fandom: Findings from a psychological survey of cosplay and costume wear. *Intensities: The Journal of Cult Media*, 5, 9-18.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE). *Acceptance and commitment therapy. Measures package*, 61(52). 18.
- Rozika, L. A. & Ramdhani, N. (2016). Hubungan Antara Harga Diri dan Body Image Dengan Online Self-Presentation Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi UGM*, 2(3), 172-183.
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development: Perkembangan Masa Hidup Jilid I*. (B. Widyasinta, Penerjemah) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Saptasagar, K. A. (2022). Effects of Digital Technology on Adolescents: Pros and Cons. *In Impact and Role of Digital Technologies in Adolescent Lives*. 19-25. IGI Global.
- Setiawan, T. H. (2019) *Self-Presentation Usia Dewasa Awal Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram. Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Siibak, A. (2009). Constructing the Self through the Photo selection - Visual Impression Management on Social Networking Websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1).
- Smith, L. R., & Sanderson, J. (2015). I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 342-358. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029125>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Susandi, Dila O. C. (2014). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial Facebook. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1).
- Tazghini, S., & Siedlecki, K. L. (2013). A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Journal of Computers in Human Behavior*, 29(3), 827-832.
- Ting, C. (2014). *A Study of Motives, Usage, Self-Presentation and Number of Followers on Instagram*. Run Run Shaw Library: University of Hong Kong.
- Wijaya, H. & Andini, S. I. (2018). Akulturasi Budaya Populer Jepang pada Cosplayer di Komunitas Cosplay Medan dalam Perspektif Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Komunika: Gaya Hidup dan Budaya*. 14(2).
- 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. DOI: 10.1089/cyber.2016.0647

- Yang, C. & Brown, B. B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth Adolescence*, 45, 402–416. Retrived from <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>
- Yau, J. C. & Reich, S. M. (2019). “It's just a lot of work”: Adolescents’ self-presentation norms and practices on Facebook and Instagram. *Journal of research on adolescence*, 29(1), 196-209.
- Yang, T., & Ying, Q. (2021). Online self-presentation strategies and fulfillment of psychological needs of Chinese sojourners in the United States. *Frontiers in Psychology*, 4089. Retrived from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.586204>
- Zenita, Y. M. (2019). *Hubungan Self-Esteem Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Zhang, H. (2015). *Gender, Personality, and Self Esteem as Predictors of Social-Media Presenattion*. East Tennessee State University.



**LAMPIRAN**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *SELF-PRESENTATION ONLINE* PADA *COSPLAYER* USIA DEWASA AWAL PENGGUNA *INSTAGRAM*

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam,

Perkenalkan saya Nita Cahyati, mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana yang kini sedang melakukan penelitian dengan tujuan menyelesaikan skripsi / tugas akhir terkait *Self Presentation online* dan *Self Esteem* pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*. Oleh karena itu untuk mengumpulkan data penelitian, saya memohon kesediaan saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada secara jujur sesuai dengan keadaan yang dialami saudara/i. Adapun karakteristik responden yaitu :

1. *Cosplayer* perempuan dan laki-laki, masa *cosplay* minimal 3 bulan
2. Rentang usia 18-29 tahun
3. Pengguna *Instagram*

Penelitian ini berisi beberapa pernyataan yang harus dijawab sesuai dengan apa yang Saudara/i alami. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi setiap pernyataan dengan jujur sesuai kondisi Saudara/i saat ini.

Dalam Penelitian ini, tidak ada jawaban benar atau salah. Segala informasi yang Saudara/i berikan dijamin kerahasiaannya karena kuesioner ini hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi saya melalui e-mail [nitaacahyati@gmail.com](mailto:nitaacahyati@gmail.com). Atas kesediaan Saudara/i menjadi partisipan penelitian ini, saya ucapkan Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

## A. IDENTITAS RESPONDEN

Username Instagram : \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin : 1. Perempuan

2. Laki-laki

Masa *Cosplay* : 1. 3-6 bulan

2. 6-12 bulan

3. >12 bulan

## B. PETUNJUK PENGISIAN

Pada kuesioner dibawah ini ada beberapa pernyataan. Anda diminta untuk menyatakan seberapa jauh pernyataan berikut ini sesuai dengan keadaan diri anda. Bacalah dengan baik pernyataan-pernyataan tersebut dan berilah tanda ✓ pada salah satu dari empat pilihan jawaban berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

### *SELF ESTEEM*

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Kadang saya berpikir saya tidak baik dalam segala hal				
2.	Saya berharap saya bisa lebih menghargai diri sendiri				
3.	Saya merasa saya sama berharganya seperti orang lain				
4.	Saya memiliki sikap positif terhadap diri saya				
5.	Saya merasa tidak berguna pada waktu tertentu				
6.	Secara keseluruhan, saya cenderung merasa bahwa saya gagal				
7.	Saya merasa saya memiliki sejumlah kualitas yang baik				



8.	Saya mampu melakukan suatu hal sebaik yang orang lain lakukan				
9.	Saya puas dengan diri saya secara keseluruhan				
10.	Saya merasa saya tidak punya banyak hal untuk dibanggakan				

### **SELF-PRESENTATION ONLINE**


No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Di Instagram saya dapat mencoba berbagai sisi diri saya lebih dari yang saya bisa di kehidupan nyata				
2.	Saya mengubah foto profil Instagram untuk menunjukkan sisi lain dari diri saya				
3.	Saya merasa diri saya memiliki banyak sisi dan saya tunjukkan di profil Instagram saya				
4.	Saya membandingkan diri saya dengan orang lain di Instagram				
5.	Saya terkadang mencoba menjadi orang lain yang berbeda dari diri saya sebenarnya di Instagram				
6.	Saya adalah orang yang sama sekali berbeda saat online dengan saat offline				
7.	Saya memposting informasi tentang saya yang kurang sesuai dengan diri saya yang sebenarnya di profil Instagram				
8.	Saya mengetahui dengan baik siapa diri saya dan banyak hal yang saya lakukan di Instagram saya merupakan cara untuk menunjukkannya				
9.	Siapa saya ketika online mirip dengan ketika offline				
10.	Saya paham keinginan saya dalam hidup dan menggunakan Instagram sebagai cara untuk menunjukkan pandangan dan keyakinan saya				
11.	Cara saya menampilkan diri di Instagram adalah bagaimana saya di kehidupan nyata				

12.	Saya menyukai diri saya dan bangga atas pencapaian saya, dan saya menunjukkannya di Instagram				
13.	Saya mengunggah konten di Instagram untuk menunjukkan saya ingin menjadi seperti apa				
14.	Saya mencoba membuat orang lain terkesan dengan foto yang saya posting di Instagram				
15.	Konten yang saya unggah mencerminkan sosok yang ingin saya capai				
16.	Saya hanya menunjukkan sisi diri yang akan disukai orang-orang di Instagram				
17.	Kadang saya merasa saya harus selalu tampil menarik di Instagram				



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Lampiran 2. Hasil *Expert Judgement Self-Esteem***

	<b>FORMULIR PENILAIAN UJI VALIDITAS ISI ALAT UKUR</b> <b>FAKULTAS PSIKOLOGI</b> <b>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>
---	--

No Dokumen		Distribusi	
Tgl Efektif			

**Formulir Penilaian Uji Validitas Isi Alat Ukur Psikologi oleh Pakar Sebidang  
(*Expert Judgment*)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mistety Oktaviana, M.Psi, Psi  
 Instansi : Universitas Mercu Buana  
 Bidang Kajian/ Keahlian : Psikologi Klinis

telah membaca dan memberi penilaian **Validitas Isi (*Content Validity*)** dari skala pengukuran:

Nama Skala : *Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)*  
 Konstruk yang diukur : *Self Esteem*  
 Target pengukuran : *Cosplayer Usia Dewasa Awal Pengguna Instagram*

Tujuan penggunaan : Penelitian untuk tugas akhir dengan judul,  
 “Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self Presentation Online* Pada *Cosplayer* Pengguna *Instagram*”.

Yang disusun/ dimodifikasi/ **diadaptasi (\*\*)** oleh

Nama : Nita Cahyati  
 NIM : 46117320023

Berdasarkan penilaian yang telah dilakukan, Saya menerangkan bahwa draft skala pengukuran tersebut memiliki nilai koefisien validitas isi (*content validit coefficient*) sebesar ..... dengan catatan, terdapat/ tidak terdapat

**(Coret yang tidak perlu)** perbaikan dari item-item skala pengukuran yang dinilai.

Jakarta,

Dinilai Oleh

Mengetahu

Koordinator Laboratorium Psikometri

(Mistety Oktaviana, M.Psi, Psi)

(Dr. Arie Suciyan Srijanto, S.Si., M.Si)



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LATAR BELAKANG SKALA PENGUKURAN

Untuk mengukur harga diri pada penelitian ini maka menggunakan skala pengukuran *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) dan teori *Self-Esteem* yang disusun oleh Morris Rosenberg (1965). Alat ukur RSES memiliki tujuan untuk mengukur harga diri. Pada awalnya RSES dirancang untuk mengukur harga diri siswa sekolah menengah. Namun sejak perkembangannya, skala tersebut telah digunakan dengan berbagai kelompok termasuk orang dewasa, dengan norma yang tersedia untuk banyak kelompok tersebut.

**(dituliskan: konstruk yang diukur, nama tokoh penyusun alat ukur, teori yang digunakan menyusun alat ukur, target pengukuran, serta tujuan alat ukur tersebut dibuat)**

### A. DEFINISI OPERASIONAL

#### 1. Definisi Konseptual :

*Self-esteem* merupakan sikap maupun perilaku seseorang berdasarkan persepsi mengenai bagaimana orang tersebut menilai serta menghargai diri sendiri secara keseluruhan yang berupa penilaian positif maupun negatif mengenai dirinya (Rosenberg, 1965).

#### 2. Dimensi dan Indikator:

Rosenberg (1965) menyatakan terdapat dua aspek dari self-esteem, yaitu:

##### 1. *Self-Acceptance* (Penerimaan diri)

Penerimaan diri yaitu ketika individu dapat menghargai segala hal yang terdapat pada dirinya. Bentuk dari self-acceptance yaitu sebagai penilaian diri dengan menganggap bahwa dirinya mampu, dapat diandalkan, memiliki potensi, dapat diandalkan serta memiliki sikap efektif. Individu dengan self-acceptance positif cenderung akan merasa berkemampuan baik dalam melakukan hal-hal dan puas dengan kemampuan tersebut yang terdapat pada dirinya.

##### 2. *Self-Respect* (Penghormatan diri)

Penghormatan diri merupakan bagaimana individu dapat menghormati dan menghargai dirinya sendiri. Hal ini terbentuk oleh perasaan berharga dari dalam lingkungan sosial seseorang, selain itu dengan penilaian mengenai dirinya apakah individu tersebut baik atau buruk yang terlepas dari bagaimana individu tersebut berpikir mengenai pendapat individu lain yang melihat dirinya.

## B. BLUE PRINT SKALA PENGUKURAN

### *BLUE PRINT Rosenberg Self-Esteem Scale* (Rosenberg, 1965)

Dimensi	Indikator	Nomor Item		
		Favourable (F)	Unfavourable (UF)	Jumlah Item
<i>Self-Acceptance</i> (Penerimaan Diri)	-Menerima diri apa adanya Memiliki kepuasan terhadap dirinya -Memiliki rasa bermanfaat, menganggap dirinya -Memiliki banyak kelebihan.	2, 6, 7, 8	9, 10	6
<i>Self-Respect</i> (Penghormatan Diri)	-Melakukan apa yang orang lain dapat lakukan, -Memiliki keyakinan untuk berhasil -Memiliki rasa dihargai	1, 4	3, 5	4
<b>Total Item</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

## C. FORMAT SKALA RESPON ITEM DAN SKORING

FORMAT ASLI	RENCANA	USULAN REVISI
<i>4 completely agree, to 1 completely disagree</i>	1) Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Setuju 4) Sangat Setuju	oke



#### D. KATA PENGANTAR SKALA PENGUKURAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Selamat

Pagi/Siang/Sore/Malam,

Perkenalkan saya Nita Cahyati, mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana yang kini sedang melakukan penelitian dengan tujuan menyelesaikan skripsi / tugas akhir terkait *Self Presentasion online* dan *Self Esteem* pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*. Oleh karena itu untuk mengumpulkan data penelitian, saya memohon kesediaan saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada secara jujur sesuai dengan keadaan yang dialami saudara/i. Adapun karakteristik responden yaitu :

1. *Cosplayer* perempuan dan laki-laki, masa *cosplay* minimal 3 bulan
2. Rentang usia 18-29 tahun
3. Pengguna *Instagram*

Penelitian ini berisi beberapa pernyataan yang harus dijawab sesuai dengan apa yang Saudara/i alami. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi setiap pernyataan dengan jujur sesuai kondisi Saudara/i saat ini.

Dalam Penelitian ini, tidak ada jawaban benar atau salah. Segala informasi yang Saudara/i berikan dijamin kerahasiaannya karena kuesioner ini hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi saya melalui e-mail [nitaacahyati@gmail.com](mailto:nitaacahyati@gmail.com). Atas kesediaan Saudara/i menjadi partisipan penelitian ini, saya ucapkan Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Catatan Kata Pengantar Skala Pengukuran: **(diisi penilai/ expert)**

.....sudah baik.....

#### E. PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Bacalah pernyataan yang ada dengan seksama. Selanjutnya, anda diminta untuk memberikan tanggapan tentang sejauh mana pernyataan tersebut menggambarkan diri anda saat sedang bekerja. Tidak ada jawaban yang benar atau salah , jadi berikanlah jawaban sesuai dengan keadaan/ perasaan anda, bukan yang anda ingin rasakan.

Pilihan tanggapannya adalah sebagai berikut:

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Cara mengisinya adalah dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia di sebelah pernyataan yaitu: Sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, sangat setuju

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Saya menggunakan Instagram setiap saat			✓	

**Catatan Petunjuk Pengisian Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**  
sudah baik

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Penilaian Item Pernyataan Skala Pengukuran**

Dimensi	Indikator Perilaku	Item Pernyataan Asli (untuk adaptasi skala berbahasa Inggris)	F/UF	Nilai Item	Saran Item Pernyataan yang Baru
		Draft Item Pernyataan yang dinilai			
Self-Acceptance (Penerimaan Diri)	Menerima diri apa adanya	2. <i>At times, I think I am no good at all</i>	F	4	
		Kadang saya berpikir saya tidak baik dalam segala hal			
	Memiliki kepuasan diri	8. <i>I wish I could have more respect for myself</i>	F	5	
		Saya berharap saya bisa lebih menghargai diri sendiri			
		7. <i>I feel that I'm a person of worth, at least on an equal plane with others</i>			
	Memiliki rasa bermanfaat	Saya merasa saya sama berharganya seperti orang lain	UF	4	
		10. <i>I take a positive attitude toward myself</i>			
		Saya berpikir hal-hal baik akan terjadi pada diri saya			
		5			
		6. <i>I certainly feel useless at times</i>	F		

		Saya merasa tidak berguna pada waktu tertentu		4	
	Memiliki banyak kelebihan	9. <i>All in all, I am inclined to feel that I am a failure</i>	UF		
		Saya cenderung merasa bahwa saya orang yang gagal secara keseluruhan		4	
Self-Respect (Penghormatan Diri)	Dapat melakukan apa yang dilakukan orang lain	3. <i>I feel that I have a number of good qualities</i>	UF		
		Saya merasa saya memiliki kualitas diri yang baik		4	
		4. <i>I am able to do things as well as most other people</i>	F		
		Saya mampu melakukan suatu hal sebaik yang orang lain lakukan		5	
	Merupakan orang berhasil	1. <i>On the whole, I am satisfied with myself</i>	F		
		Saya puas dengan diri saya secara keseluruhan		5	
		5. <i>I feel I do not have much to be proud of</i>	UF		
		Saya merasa saya tidak punya banyak hal untuk dibanggakan		4	
<b>Jumlah</b>			<b>10</b>		
<b>Rata-rata Nilai Item Pernyataan</b>			<b>43</b>		

<b>(Jumlah nilai atau skor penilaian item ÷ Jumlah Item Pernyataan)</b>	4.3
---	-----

Catatan:

- Item Pernyataan Skala Pengukuran dinilai dengan angka **1 (sangat tidak relevan)**, **2 (tidak relevan)**, **3 (agak tidak relevan)**, **4 (relevan)**



Saran Pengembangan Skala Pengukuran secara Keseluruhan.

---

---

---

---





**Lampiran 3. Hasil Expert Judgment Self-Esteem**

	<b>FORMULIR PENILAIAN UJI VALIDITAS ISI ALAT UKUR</b> <b>FAKULTAS PSIKOLOGI</b> <b>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>
---	--

No Dokumen		Distribusi	
Tgl Efektif			

**Formulir Penilaian Uji Validitas Isi Alat Ukur Psikologi oleh Pakar Sebidang  
(Expert Judgment)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Adiningtyas, M.Psi, Psikolog  
 Instansi : Universitas Mercu Buana  
 Bidang Kajian/ Keahlian : Psikologi Klinis

telah membaca dan memberi penilaian **Validitas Isi (Content Validity)** dari skala pengukuran:

Nama Skala : *Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)*  
 Konstruk yang diukur : *Self Esteem*  
 Target pengukuran : *Cosplayer Usia Dewasa Awal Pengguna Instagram*

Tujuan penggunaan : Penelitian untuk tugas akhir dengan judul, "Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self-Presentation Online* Pada *Cosplayer* Pengguna *Instagram*".

Yang disusun/ dimodifikasi/ **diadaptasi (\*\*)** oleh

Nama : Nita Cahyati  
 NIM : 46117320023

Berdasarkan penilaian yang telah dilakukan, Saya menerangkan bahwa draft skala pengukuran tersebut memiliki nilai koefisien validitas isi (*content validit coefficient*) sebesar ..... dengan catatan, terdapat/ tidak terdapat

**(Coret yang tidak perlu)** perbaikan dari item-item skala pengukuran yang dinilai.

Jakarta,  
Dinilai Oleh

Mengetahu  
Koordinator Laboratorium Psikometri

(Nurul Adiningtyas, M.Psi, Psikolog)

(Dr. Arie Suciyana Sriyanto, S.Si., M.Si)



## LATAR BELAKANG PENELITIAN

Untuk mengukur harga diri pada penelitian ini maka menggunakan skala pengukuran *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) dan teori *Self-Esteem* yang disusun oleh Morris Rosenberg (1965). Alat ukur RSES memiliki tujuan untuk mengukur harga diri. Pada awalnya RSES dirancang untuk mengukur harga diri siswa sekolah menengah. Namun sejak perkembangannya, skala tersebut telah digunakan dengan berbagai kelompok termasuk orang dewasa, dengan norma yang tersedia untuk banyak kelompok tersebut.

**(dituliskan: konstruk yang diukur, nama tokoh penyusun alat ukur, teori yang digunakan menyusun alat ukur, target pengukuran, serta tujuan alat ukur tersebut dibuat)**

### A. DEFINISI OPERASIONAL

#### 1. Definisi Konseptual

*Self-esteem* merupakan sikap maupun perilaku seseorang berdasarkan persepsi mengenai bagaimana orang tersebut menilai serta menghargai diri sendiri secara keseluruhan yang berupa penilaian positif maupun negatif mengenai dirinya (Rosenberg, 1965).

#### 2. Dimensi dan Indikator

Rosenberg (1965) menyatakan terdapat dua aspek dari *self-esteem*, yaitu:

##### 1. *Self-Acceptance* (Penerimaan diri)

Penerimaan diri yaitu ketika individu dapat menghargai segala hal yang terdapat pada dirinya. Bentuk dari *self-acceptance* yaitu sebagai penilaian diri dengan menganggap bahwa dirinya mampu, dapat diandalkan, memiliki potensi, dapat diandalkan serta memiliki sikap efektif. Individu dengan *self-acceptance* positif cenderung akan merasa berkemampuan baik dalam melakukan hal-hal dan puas dengan kemampuan tersebut yang terdapat pada dirinya.

##### 2. *Self-Respect* (Penghormatan diri)

Penghormatan diri merupakan bagaimana individu dapat menghormati dan menghargai dirinya sendiri. Hal ini terbentuk oleh perasaan berharga dari dalam lingkungan sosial seseorang, selain itu dengan penilaian mengenai dirinya apakah individu tersebut baik atau buruk yang terlepas dari bagaimana individu tersebut berpikir mengenai pendapat individu lain yang melihat dirinya.

## B. BLUE PRINT SKALA PENGUKURAN

### *BLUE PRINT Rosenberg Self-Esteem Scale* (Rosenberg, 1965)

Dimensi	Indikator	Nomor Item		
		Favourable (F)	Unfavourable (UF)	Jumlah Item
<i>Self-Acceptance</i> (Penerimaan Diri)	-Menerima diri apa adanya Memiliki kepuasan terhadap dirinya -Memiliki rasa bermanfaat, menganggap dirinya -Memiliki banyak kelebihan.	2, 6, 7, 8	9, 10	6
<i>Self-Respect</i> (Penghormatan Diri)	-Melakukan apa yang orang lain dapat lakukan, -Memiliki keyakinan untuk berhasil -Memiliki rasa dihargai	1, 4	3, 5	4
<b>Total Item</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

## C. FORMAT SKALA RESPON ITEM DAN SKORING

FORMAT ASLI	RENCANA	USULAN REVISI
<i>4 completely agree, to 1 completely disagree</i>	1) Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Setuju 4) Sangat Setuju	

#### D. KATA PENGANTAR SKALA PENGUKURAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Selamat

Pagi/Siang/Sore/Malam,

Perkenalkan saya Nita Cahyati, mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana yang kini sedang melakukan penelitian dengan tujuan menyelesaikan skripsi / tugas akhir terkait *Self Presentasion online* dan *Self Esteem* pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*. Oleh karena itu untuk mengumpulkan data penelitian, saya memohon kesediaan saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada secara jujur sesuai dengan keadaan yang dialami saudara/i. Adapun karakteristik responden yaitu :

1. *Cosplayer* perempuan dan laki-laki, masa *cosplay* minimal 3 bulan
2. Rentang usia 18-29 tahun
3. Pengguna *Instagram*

Penelitian ini berisi beberapa pernyataan yang harus dijawab sesuai dengan apa yang Saudara/i alami. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi setiap pernyataan dengan jujur sesuai kondisi Saudara/i saat ini.

Dalam Penelitian ini, tidak ada jawaban benar atau salah. Segala informasi yang Saudara/i berikan dijamin kerahasiaannya karena kuesioner ini hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi saya melalui e-mail [nitaacahyati@gmail.com](mailto:nitaacahyati@gmail.com). Atas kesediaan Saudara/i menjadi partisipan penelitian ini, saya ucapkan Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Catatan Kata Pengantar Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**

.....

#### E. PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Bacalah pernyataan yang ada dengan seksama. Selanjutnya, anda diminta untuk memberikan tanggapan tentang sejauh mana pernyataan tersebut menggambarkan diri anda saat sedang bekerja. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, jadi berikanlah jawaban sesuai dengan keadaan/ perasaan anda, bukan yang anda ingin rasakan.

Pilihan tanggapannya adalah sebagai berikut:

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Cara mengisinya adalah dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia di sebelah pernyataan yaitu: Sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, sangat setuju

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Saya kurang dapat menerima diri saya apa adanya			✓	

**Catatan Petunjuk Pengisian Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**

.....

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Penilaian Item Pernyataan Skala Pengukuran**

Dimensi	Indikator Perilaku	Item Pernyataan Asli (untuk adaptasi skala berbahasa Inggris)	F/UF	Nilai Item	Saran Item Pernyataan yang Baru
		Draft Item Pernyataan yang dinilai			
Self-Acceptance (Penerimaan Diri)	Menerima diri apa adanya	2. <i>At times, I think I am no good at all</i>	F	5	
		Kadang saya berpikir saya tidak baik dalam segala hal			
	Memiliki kepuasan diri	8. <i>I wish I could have more respect for myself</i>	F	5	
		Saya berharap saya bisa lebih menghargai diri sendiri			
		7. <i>I feel that I'm a person of worth, at least on an equal plane with others</i>			
	Memiliki rasa bermanfaat	Saya merasa saya sama berharganya seperti orang lain	UF	5	
		10. <i>I take a positive attitude toward myself</i>			
	Saya berpikir hal-hal baik akan terjadi pada diri saya		5	Saya memiliki sikap positif terhadap diri saya	

		6. <i>I certainly feel useless at times</i>	<b>F</b>		
		Saya merasa tidak berguna pada waktu tertentu		5	
	Memiliki banyak kelebihan	9. <i>All in all, I am inclined to feel that I am a failure</i>	<b>UF</b>		
		Saya cenderung merasa bahwa saya orang yang gagal secara keseluruhan		5	Secara keseluruhan, saya cenderung merasa bahwa saya gagal
<i>Self-Respect</i> (Penghormatan Diri)	Dapat melakukan apa yang dilakukan orang lain	3. <i>I feel that I have a number of good qualities</i>	<b>UF</b>		
		Saya merasa saya memiliki kualitas diri yang baik		5	Saya merasa saya memiliki sejumlah kualitas yang baik
		4. <i>I am able to do things as well as most other people</i>	<b>F</b>		
		Saya mampu melakukan suatu hal sebaik yang orang lain lakukan		5	
	Merupakan orang berhasil	1. <i>On the whole, I am satisfied with myself</i>	<b>F</b>		
Saya puas dengan diri saya secara keseluruhan		5			

		<i>5. I feel I do not have much to be proud of</i>	<b>UF</b>		
		Saya merasa saya tidak punya banyak hal untuk dibanggakan		5	
<b>Jumlah</b>			<b>10</b>		
<b>Rata-rata Nilai Item Pernyataan</b> <b>(Jumlah nilai atau skor penilaian item ÷ Jumlah Item Pernyataan)</b>					

Catatan:

-Item Pernyataan Skala Pengukuran dinilai dengan angka 1 (sangat tidak relevan), 2 (tidak relevan), 3 (agak tidak relevan), 4 (relevan).




UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Catatan Petunjuk Pengisian Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**

Aitem pernyataan relevan semua tetapi ada beberapa terjemahannya yang berbeda konteks dengan pernyataan asli sehingga harus diperbaiki.



#### Lampiran 4. Hasil Expert Judgment Self-Presentation Online

	<b>FORMULIR PENILAIAN UJI VALIDITAS ISI ALAT UKUR</b> <b>FAKULTAS PSIKOLOGI</b> <b>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>
---	--

No Dokumen		Distribusi	
Tgl Efektif			

#### Formulir Penilaian Uji Validitas Isi Alat Ukur Psikologi oleh Pakar Sebidang (*Expert Judgment*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mistety Oktaviana, M.Psi, Psi

Instansi : Universitas Mercu Buana

Bidang Kajian/ Keahlian : Psikologi Klinis

telah membaca dan memberi penilaian **Validitas Isi (*Content Validity*)** dari skala pengukuran:

Nama Skala : *Self Presentation on Facebook Questionnaire (SPFBQ)*

Konstruk yang diukur : *Self-Presentation Online*

Target pengukuran : *Cosplayer Usia Dewasa Awal Pengguna*

Tujuan penggunaan : *Penelitian untuk tugas akhir dengan judul, "Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self Presentation Online* Pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*".*

Yang disusun/ dimodifikasi/ **diadaptasi \*\***) oleh

Nama : Nita Cahyati

NIM : 46117320023

Berdasarkan penilaian yang telah dilakukan, Saya menerangkan bahwa draft skala pengukuran tersebut memiliki nilai koefisien validitas isi (*content validit coefficient*) sebesar ..... dengan catatan, terdapat/ tidak terdapat

**(Coret yang tidak perlu)** perbaikan dari item-item skala pengukuran yang dinilai.

Jakarta,  
Dinilai Oleh

Mengetahui  
Koordinator Laboratorium Psikometri

(Mistety Oktaviana, M.Psi, Psi)

(Dr. Arie Suciyan Srijanto, S.Si., M.Si)



## LATAR BELAKANG PENELITIAN

Untuk mengukur harga diri pada penelitian ini maka menggunakan skala pengukuran *Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ) yang dimana media sosial Facebook diadaptasi menjadi media sosial *Instagram* dan teori *self-presentation online* yang disusun oleh Michikyan et. al. (2014) dalam jurnalnya yang berjudul “*Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults*”. Tujuan alat ukur tersebut yaitu menguji presentasi orang dewasa muda tentang diri mereka secara *online* dengan diri yang sebenarnya (*real self*), diri yang diinginkan (*ideal self*), dan diri yang berbeda dari sebenarnya (*false self*) di *Facebook*, dan hubungan antara keadaan identitas mereka, kesejahteraan psikososial, dan presentasi diri *online*.

**(dituliskan: konstruk yang diukur, nama tokoh penyusun alat ukur, teori yang digunakan menyusun alat ukur, target pengukuran, serta tujuan alat ukur tersebut dibuat)**

### A. DEFINISI OPERASIONAL

#### 1. Definisi Konseptual

*Self-presentation online* adalah perilaku ketika seseorang menampilkan dirinya dengan menggunakan foto atau video, dan postingan di beranda, sehingga terbentuk tampilan citra diri dari berbagai sisi berbeda dari diri individu tersebut (*self*) (Michikyan, et. al., 2014).

#### 2. Dimensi dan Indikator

Michikyan (2014) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek dari *self-presentation online* yaitu:

- a. *Real self*, adalah perasaan individu yang sesungguhnya, muncul karena adanya motivasi dari diri sendiri sehingga terdorong untuk menampilkan diri yang sesungguhnya.
- b. *Ideal self*, adalah bentuk gambaran diri *ideal* dari individu yang muncul dari aspirasi, keinginan dan harapan diri dengan melibatkan sisi positif atau negatif dari dirinya.
- c. *False self*, adalah perasaan atau tindakan berbeda atau bukan sebenarnya dari diri individu dengan menampilkan informasi yang tidak seluruhnya benar (*deception*), mencoba bermacam hal diluar aspek dirinya (*exploration*), dan menciptakan kesan pada orang lain sehingga mendapatkan *feedback* sesuai dengan yang diharapkan (*impress others*).

### B. BLUE PRINT SKALA PENGUKURAN

***BLUE PRINT Self Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ)  
(Michikyan dkk., 2017)**



Dimensi	Indikator	Nomor Item		
		Favourable (F)	Unfavourable (UF)	Jumlah Item
<i>False Self</i>	Menunjukkan diri yang berbeda dari sesungguhnya di Instagram	1, 2, 3, 4, 3, 14, 19		10
<i>Real Self</i>	Menampilkan diri dengan apa adanya di Instagram	5, 6, 7, 8, 9		5
<i>Ideal Self</i>	Menunjukkan diri dengan seperti yang diinginkan di Instagram	11, 12, 16, 20, 21		2
<b>Total Item</b>		17	-	17

### C. FORMAT SKALA RESPON ITEM DAN SKORING

FORMAT ASLI	RENCANA	USULAN REVISI
<i>4 completely agree, to 1 completely disagree</i>	1) Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Setuju 4) Sangat Setuju	oke

#### D. KATA PENGANTAR SKALA PENGUKURAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Selamat

Pagi/Siang/Sore/Malam,

Perkenalkan saya Nita Cahyati, mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana yang kini sedang melakukan penelitian dengan tujuan menyelesaikan skripsi / tugas akhir terkait *Self Presentasion online* dan *Self Esteem* pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*. Oleh karena itu untuk mengumpulkan data penelitian, saya memohon kesediaan saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada secara jujur sesuai dengan keadaan yang dialami saudara/i. Adapun karakteristik responden yaitu :

1. *Cosplayer* perempuan dan laki-laki, masa *cosplay* minimal 3 bulan
2. Rentang usia 18-29 tahun
3. Pengguna *Instagram*

Penelitian ini berisi beberapa pernyataan yang harus dijawab sesuai dengan apa yang Saudara/i alami. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi setiap pernyataan dengan jujur sesuai kondisi Saudara/i saat ini.

Dalam Penelitian ini, tidak ada jawaban benar atau salah. Segala informasi yang Saudara/i berikan dijamin kerahasiaannya karena kuesioner ini hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi saya melalui e-mail [nitaacahyati@gmail.com](mailto:nitaacahyati@gmail.com). Atas kesediaan Saudara/i menjadi partisipan penelitian ini, saya ucapkan Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Catatan Kata Pengantar Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**

sudah baik

#### E. PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Bacalah pernyataan yang ada dengan seksama. Selanjutnya, anda diminta untuk memberikan tanggapan tentang sejauh mana pernyataan tersebut menggambarkan diri anda saat sedang bekerja. Tidak ada jawaban yang benar atau salah , jadi berikanlah jawaban sesuai dengan keadaan/ perasaan anda, bukan yang anda ingin rasakan.

Pilihan tanggapannya adalah sebagai berikut:

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Cara mengisinya adalah dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia di sebelah pernyataan yaitu: Sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, sangat setuju

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Saya menggunakan Instagram setiap saat			✓	

**Catatan Petunjuk Pengisian Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**  
sudah baik

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Penilaian Item Pernyataan Skala Pengukuran**

Dimensi	Indikator Perilaku	Item Pernyataan Asli (untuk adaptasi skala berbahasa Inggris)	F/UF	Nilai Item	Saran Item Pernyataan yang Baru
		Draft Item Pernyataan yang dinilai			
<i>False Self</i>	Menunjukkan diri yang berbeda dari sesungguhnya di Instagram	1. <i>On Facebook I can tryout many aspects of who I am much more than I can in real life</i>	F	4	
		Di Instagram saya dapat mencoba berbagai sisi diri saya yang berbeda dari kehidupan nyata			
		2. <i>I change my photos on my Facebook profile to show people the different aspects of who I am</i>	F		
		Saya mengubah foto profil Instagram untuk menunjukkan sisi lain dari diri saya		4	
		3. <i>I feel like I have many sides to myself and I show it on my Facebook profile</i>	F		
		Saya merasa diri saya memiliki banyak sisi dan saya tunjukkan di profil Instagram saya		4	
		4. <i>I compare myself to others on Facebook</i>	F		
		Saya membandingkan diri saya dengan orang lain di Instagram		5	
		13. <i>I sometimes try to be someone other than my true self on Instagram</i>	F		
Saya terkadang mencoba menjadi orang lain yang berbeda dari diri saya sebenarnya di		5			

		Instagram			
		14. <i>I am a completely different person online than I am offline</i>	<b>F</b>		
		Saya adalah orang yang sangat berbeda ketika dalam dunia online dan offline		5	
		19. <i>I post information about myself on my Facebook profile that is not true</i>	<b>F</b>		
		Saya memposting informasi diri saya yang berbeda dari sebenarnya di profil Instagram		3	Saya memposting informasi tentang saya yang kurang sesuai dengan diri saya yang sebenarnya di profil Instagram
<i>Real Self</i>	Menampilkan diri apa adanya di Instagram	5. <i>I have a good sense of who I am and many of the things I do on my Facebook profile is a way of showing that</i>	<b>F</b>		
		Saya berpikir hal-hal baik tentang diri saya dan menunjukkannya di Instagram		4	
		6. <i>Who I am online is similar to who I am offline</i>	<b>F</b>		
		Karakter saya ketika online mirip dengan ketika offline		5	
		7. <i>I have a good sense of what I want in life and using Facebook is a way to express my views and beliefs</i>	<b>F</b>		

		Saya paham keinginan saya dalam hidup dan menggunakan Instagram sebagai cara untuk menunjukkan pandangan dan keyakinan saya		4	
		8. <i>The way I present myself on Facebook is how I am in real life</i>	<b>F</b>		
		Penampilan diri saya di Instagram adalah bagaimana saya di kehidupan nyata		5	
		9. <i>I like myself and am proud of what I stand for and I show it on my Facebook profile</i>	<b>F</b>		
		Saya menyukai diri saya dan bangga atas pencapaian saya, sehingga saya tunjukkan di Instagram		5	
<i>Ideal Self</i>	Menunjukkan diri dengan seperti yang diinginkan di media sosial Instagram	11. <i>I post things on my Facebook to show aspects of who I want to be</i>	<b>F</b>		
		Saya memposting konten di Instagram untuk menunjukkan citra diri yang saya inginkan		5	
		12. <i>I try to impress others with the photos I post of myself on my Facebook profile</i>	<b>F</b>		
		Saya mencoba membuat orang lain terkesan dengan foto yang saya posting di Instagram		5	
		16. <i>Who I want to be is often reflected in the things I do on my Facebook profile (e.g., status posts, comments, photos, etc.)</i>	<b>F</b>		

	Saya ingin konten yang saya posting di Instagram mencerminkan siapa saya.		4	
	20. <i>I only show the aspects of myself on Facebook that I know people would like</i>	<b>F</b>		
	Saya hanya menunjukkan sisi diri yang akan disukai orang-orang di Instagram		4	
	21. <i>Sometimes I feel like I keep up a front on Facebook</i>	<b>F</b>		
	Kadang saya merasa saya harus selalu tampil menarik di Instagram		4	
<b>Jumlah</b>			<b>17</b>	
<b>Rata-rata Nilai Item Pernyataan (Jumlah nilai atau skor penilaian item ÷ Jumlah Item Pernyataan)</b>			75 4,4	


Catatan:

- Media sosial Facebook diadaptasi menjadi Instagram
- Item Pernyataan Skala Pengukuran dinilai dengan angka **1 (sangat tidak relevan), 2 (tidak relevan), 3 (agak tidak relevan), 4 (relevan)**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Lampiran 5. Hasil Expert Judgment Self-Presentation Online**

	<b>FORMULIR PENILAIAN UJI VALIDITAS ISI ALAT UKUR</b> <b>FAKULTAS PSIKOLOGI</b> <b>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>
---	--

No Dokumen		Distribusi	
Tgl Efektif			

**Formulir Penilaian Uji Validitas Isi Alat Ukur Psikologi oleh Pakar Sebidang  
(Expert Judgment)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Adiningtyas, M.Psi, Psikolog  
 Instansi : Universitas Mercu Buana Bidang Kajian/  
 Keahlian : Psikologi Klinis

telah membaca dan memberi penilaian **Validitas Isi (Content Validity)** dari skala pengukuran:

Nama Skala : *Self Presentation on Facebook Questionnaire (SPFBQ)*  
 Konstruk yang diukur : *Self-Presentation Online*  
 Target pengukuran : *Cosplayer Usia Dewasa Awal Pengguna Instagram*  
 Tujuan penggunaan : Penelitian untuk tugas akhir dengan judul, "Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan *Self-Presentation Online* Pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*".

Yang disusun/ dimodifikasi/ **diadaptasi (\*\*)** oleh

Nama : Nita Cahyati  
 NIM : 46117320023

Berdasarkan penilaian yang telah dilakukan, Saya menerangkan bahwa draft skala pengukuran tersebut memiliki nilai koefisien validitas isi (*content validit coefficient*) sebesar ..... dengan catatan, terdapat/ tidak terdapat

**(Coret yang tidak perlu)** perbaikan dari item-item skala pengukuran yang dinilai.

Jakarta,  
Dinilai Oleh

Mengetahu  
Koordinator Laboratorium Psikometri

(Nurul Adiningtyas, M.Psi, Psikolog)

(Dr. Arie Suciyana Sriyanto, S.Si., M.Si)



## LATAR BELAKANG SKALA PENGUKURAN

Untuk mengukur harga diri pada penelitian ini maka menggunakan skala pengukuran *Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ) yang dimana media sosial Facebook diadaptasi menjadi media sosial *Instagram* dan teori *self-presentation online* yang disusun oleh Michikyan et. al. (2014) dalam jurnalnya yang berjudul “*Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults*”. Tujuan alat ukur tersebut yaitu menguji presentasi orang dewasa muda tentang diri mereka secara *online* dengan diri yang sebenarnya (*real self*), diri yang diinginkan (*ideal self*), dan diri yang berbeda dari sebenarnya (*false self*) di Facebook, dan hubungan antara keadaan identitas mereka, kesejahteraan psikososial, dan presentasi diri *online*.

**(dituliskan: konstruk yang diukur, nama tokoh penyusun alat ukur, teori yang digunakan menyusun alat ukur, target pengukuran, serta tujuan alat ukur tersebut dibuat)**

### A. DEFINISI OPERASIONAL

#### 1. Definisi Konseptual

*Self-presentation online* adalah perilaku ketika seseorang menampilkan dirinya dengan menggunakan foto atau video, dan postingan di beranda, sehingga terbentuk tampilan citra diri dari berbagai sisi berbeda dari diri individu tersebut (*self*) (Michikyan, et. al., 2014).

#### 2. Dimensi dan Indikator

Michikyan (2014) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek dari *self-presentation online* yaitu:

1. *Real self*, adalah perasaan individu yang sesungguhnya, muncul karena adanya motivasi dari diri sendiri sehingga terdorong untuk menampilkan diri yang sesungguhnya.
2. *Ideal self*, adalah bentuk gambaran diri *ideal* dari individu yang muncul dari aspirasi, keinginan dan harapan diri dengan melibatkan sisi positif atau negatif dari dirinya.
3. *False self*, adalah perasaan atau tindakan berbeda atau bukan sebenarnya dari diri individu dengan menampilkan informasi yang tidak seluruhnya benar (*deception*), mencoba bermacam hal diluar aspek dirinya (*exploration*), dan menciptakan kesan pada orang lain sehingga mendapatkan *feedback* sesuai dengan yang diharapkan (*impress others*).

## B. BLUE PRINT SKALA PENGUKURAN

### *BLUE PRINT Self Presentation on Facebook Questionnaire (SPFBQ)* (Michikyan dkk., 2017)

Dimensi	Indikator	Nomor Item		
		Favourable (F)	Unfavourable (UF)	Jumlah Item
<i>False Self</i>	Menunjukkan diri yang berbeda dari sesungguhnya di Instagram	1, 2, 3, 4, 3, 14, 19		10
<i>Real Self</i>	Menampilkan diri dengan apa adanya di Instagram	5, 6, 7, 8, 9		5
<i>Ideal Self</i>	Menunjukkan diri dengan seperti yang diinginkan di Instagram	11, 12, 16, 20, 21		2
<b>Total Item</b>		17	-	17

## C. FORMAT SKALA RESPON ITEM DAN SKORING

FORMAT ASLI	RENCANA	USULAN REVISI
<i>4 completely agree, to 1 completely disagree</i>	1) Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Setuju 4) Sangat Setuju	

#### D. KATA PENGANTAR SKALA PENGUKURAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam,

Perkenalkan saya Nita Cahyati, mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana yang kini sedang melakukan penelitian dengan tujuan menyelesaikan skripsi / tugas akhir terkait *Self Presentasion online* dan *Self Esteem* pada *Cosplayer* Usia Dewasa Awal Pengguna *Instagram*. Oleh karena itu untuk mengumpulkan data penelitian, saya memohon kesediaan saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada secara jujur sesuai dengan keadaan yang dialami saudara/i. Adapun karakteristik responden yaitu :

1. *Cosplayer* perempuan dan laki-laki, masa *cosplay* minimal 3 bulan
2. Rentang usia 18-29 tahun
3. Pengguna *Instagram*

Penelitian ini berisi beberapa pernyataan yang harus dijawab sesuai dengan apayang Saudara/i alami. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi setiap pernyataan dengan jujur sesuai kondisi Saudara/i saat ini.

Dalam Penelitian ini, tidak ada jawaban benar atau salah. Segala informasi yang Saudara/i berikan dijamin kerahasiaannya karena kuesioner ini hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi saya melalui e-mail [nitaacahyati@gmail.com](mailto:nitaacahyati@gmail.com). Atas kesediaan Saudara/i menjadi partisipan penelitian ini, saya ucapkan Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Catatan Kata Pengantar Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**

#### E. PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Bacalah pernyataan yang ada dengan seksama. Selanjutnya, anda diminta untuk memberikan tanggapan tentang sejauh mana pernyataan tersebut menggambarkan diri anda saat sedang bekerja. Tidak ada jawaban yang benar atau salah , jadi berikanlah jawaban sesuai dengan keadaan/ perasaan anda, bukan yang anda ingin rasakan.

Pilihan tanggapannya adalah sebagai berikut:

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Cara mengisinya adalah dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia di sebelah pernyataan yaitu: Sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, sangat setuju

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Saya menggunakan Instagram setiap saat			✓	

**Catatan Petunjuk Pengisian Skala Pengukuran: (diisi penilai/ expert)**

.....

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data****- Hasil Uji Validitas *Self-Esteem***

<b>Item</b>	<b>Skor</b>	<b>Sig.</b>	<b>rtabel</b>	<b>Kriteria</b>
Item 1	0,656	0.000	0.148	Valid
Item 2	0,536	0.000	0.148	Valid
Item 3	0,680	0.000	0.148	Valid
Item 4	0,746	0.000	0.148	Valid
Item 5	0,634	0.000	0.148	Valid
Item 6	0,714	0.000	0.148	Valid
Item 7	0,661	0.000	0.148	Valid
Item 8	0,632	0.000	0.148	Valid
Item 9	0,663	0.000	0.148	Valid
Item 10	0,766	0.000	0.148	Valid



- Hasil Uji Validitas Self-Presentation Online

Item	Skor	Sig.	rtabel	Kriteria
Item 1	0,603	0.000	0.148	Valid
Item 2	0,564	0.000	0.148	Valid
Item 3	0,620	0.000	0.148	Valid
Item 4	0,496	0.000	0.148	Valid
Item 5	0,430	0.000	0.148	Valid
Item 6	0,424	0.000	0.148	Valid
Item 7	0,410	0.000	0.148	Valid
Item 8	0,524	0.000	0.148	Valid
Item 9	0,473	0.000	0.148	Valid
Item 10	0,432	0.000	0.148	Valid
Item 11	0,582	0.000	0.148	Valid
Item 12	0,515	0.000	0.148	Valid
Item 13	0,444	0.000	0.148	Valid
Item 14	0,546	0.000	0.148	Valid
Item 15	0,578	0.000	0.148	Valid
Item 16	0,456	0.000	0.148	Valid
Item 17	0,506	0.000	0.148	Valid

- Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
self_ presentation _online * self_esteem	Between Groups	(Combined)	2040.249	16	127.516	3.513	.000
		Linearity	1742.810	1	1742.810	48.011	.000
		Deviation from Linearity	297.439	15	19.829	.546	.911
Within Groups			5735.465	158	36.300		
Total			7775.714	174			



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## Hasil Uji Hipotesis

### - Hasil Uji Korelasi Antar Variabel

		self_esteem	self_presentation_online
self_esteem	Pearson Correlation	1	.473**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	175	175
self_presentation_online	Pearson Correlation	.473**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	175	175

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### - Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi Variabel

		Self_Respect	Self_Acceptance
False_Self	Pearson Correlation	.520**	.569**
	Sig. (2-tailed)	0	0
	N	175	175
Real_Self	Pearson Correlation	.149*	.231**
	Sig. (2-tailed)	0.048	0.002
	N	175	175
Ideal_Self	Pearson Correlation	.246**	.263**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0
	N	175	175

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.453	2.339		12.163	.000
	self_esteem	.619	.088	.473	7.069	.000

a. Dependent Variable: self\_presentation\_online

**Hasil Uji Tambahan**

- Uji Anova Data Demografi *Self-Esteem*

**Group Statistics – Jenis Kelamin**

jenis_kelamin		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
self_esteem	Laki-Laki	57	27.11	5.073	.672
	Perempuan	118	25.82	5.105	.470

**Group Statistics - Usia**

usia		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
self_esteem	18-23 tahun	123	25.54	4.904	.442
	24-29 tahun	52	27.90	5.266	.730

**Group Statistics – Masa Cosplay**

masa_cosplay		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
self_esteem	3-6 bulan	26	24.96	4.503	0.883
	6-12 bulan	62	25.05	4.88	0.62
	>12 bulan	87	27.47	5.207	0.558

- Uji Anova Data Demografi *Self-Presentation Online*

**Group Statistics – Jenis Kelamin**

jenis_kelamin		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
self_presentation_online	Laki-Laki	57	45.18	6.063	.803
	Perempuan	118	44.45	6.978	.642

**Group Statistics - Usia**

usia		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
self_presentation_online	18-23 tahun	123	43.58	6.500	.586
	24-29 tahun	52	47.31	6.437	.893

**Group Statistics – Masa Cosplay**

masa_cosplay		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
self_presentation_online	3-6 bulan	26	44.69	6.018	1.18
	6-12 bulan	62	42.85	6.002	0.762
	>12 bulan	87	45.99	7.085	0.760

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA