

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PRESENTASI  
DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM  
DI KEBUMEN**

**Skripsi**

Untuk memenuhi sebagai persyaratan  
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun Oleh:

**Faisal Arifin**

**30701800041**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG  
2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PRESENTASI DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI KEBUMEN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Faisal Arifin**  
**30701800041**

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan penguji guna  
memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

  
Titin Suprihatin, S.Psi, M.Psi, Psikolog

3 Agustus 2022

Semarang, 3 Agustus 2022

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Sultan Agung

  
Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si

NIK. 210799001

## HALAMAN PENGESAHAN

### HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PRESENTASI DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI KEBUMEN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Faisal Arifin**

Nim: 30701800041

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
pada tanggal 11 Agustus 2022

Dewan Penguji

1. Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si
2. Anisa Fitriani, S.Psi, M.Psi, Psikolog
3. Titin Suprihatin, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 30 Agustus 2022

Mengetahui



Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si  
Nim: 30701800041

Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si  
NIK. 210799001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya, Faisal Arifin dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 3 Agustus 2022

Yang menyatakan



**Faisal Arifin**

**30701800041**

## MOTTO

Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambahkan (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (Nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-

Ku sangat pedih

(QS, Ibrahim ayat 7)



## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Dengan izin Allah Subhanahu Wa Ta'ala, aku persembahkan karya ini kepada :  
Ayah dan ibu yang telah mendidik, membesarkan, dan menyayangiku dengan  
setulus hati.

Terimakasih untuk adiku Widia Daniati yang juga sedang menyelesaikan  
skripsinya semoga diberikan kelancaran dalam menyelesaikannya.

Terimakasih untuk ibu Titin Suprihatin S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku dosen  
pembimbing skripsi saya yang telah membimbing dan menginspirasi saya dalam  
menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Terimakasih juga untuk seluruh pihak yang telah membantu saya dalam proses  
penyusunan skripsi.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan YME, berkat rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Peneliti mengakui dalam penyusunan penelitian ini banyak menemui kendala dan rintangan. Namun berkat dukungan, dorongan, dan do'a, segala kendala yang berat terasa ringan. Sehingga dengan penuh kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan kemudahan dalam proses perizinan dan persetujuan penelitian.
2. Titin Suprihatin, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing dan dosen wali. Terimakasih telah memberikan arahan, nasehat, saran, dan semangat dengan penuh kesabaran kepada peneliti sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi UNISSULA yang selama ini telah memberikan ilmu, arahan, dan nasehat selama peneliti menempuh perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
4. Seluruh jajaran Staff dan Karyawan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan bantuan dan kerja samanya.
5. Mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah bersedia menjadi subjek penelitian sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
6. Ibu, ayah, dan seluruh keluarga yang telah mendoakan dan terus memberikan dukungan terhadap saya dalam menuntaskan pendidikan saya.
7. Hana, Fajar, Vinsa, Mas Islakh, David, Ilham, Dion, Mba Bela, Ira, Widya yang selalu membantu saya ketika membutuhkan bantuan.

Kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyampaikan banyak terima kasih. Penyelesaian skripsi ini telah

dikerjakan dengan sungguh-sungguh dan sebaik-baiknya, meskipun demikian peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai belah pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga penelitian ini bermanfaat khususnya di bidang Psikologi.

Semarang, 3 Agustus 2022



Faisal Arifin



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Presentasi Diri .....	8
1. Pengertian Presentasi Diri .....	8
2. Aspek-aspek Presentasi Diri .....	9
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Presentasi Diri.....	11
B. Harga Diri.....	12
1. Pengertian Harga Diri .....	12
2. Aspek-aspek Harga Diri .....	13
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Diri .....	14

C.	Hubungan antara Harga Diri dan Presentasi Diri.....	16
D.	Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....		18
A.	Identifikasi Variabel.....	18
B.	Definisi Operasional.....	18
1.	Harga diri .....	18
2.	Presentasi diri .....	18
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ( <i>Sampling</i> ) .....	19
1.	Populasi.....	19
2.	Sampel.....	19
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	19
D.	Metode Pengumpulan Data .....	21
1.	Skala Harga Diri.....	21
2.	Skala Presentasi Diri .....	21
E.	Uji Validitas, Daya Beda Aitem, Estimasi Koefisiensi Reliabilitas .....	22
1.	Uji Validitas .....	22
2.	Daya Beda Aitem .....	22
3.	Estimasi Koefisiensi Reliabilitas .....	23
F.	Teknik Analisis .....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		24
A.	Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian.....	24
1.	Orientasi Kacah Penelitian.....	24
2.	Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian.....	24
B.	Pelaksanaan Penelitian .....	29
C.	Analisis Data dan hasil penelitian .....	29
1.	Uji Asumsi .....	29
2.	Uji Hipotesis .....	31
D.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	31
1.	Deskripsi Data Harga Diri.....	31
2.	Deskripsi Data Skor Presentasi Diri.....	32
E.	Pembahasan.....	33

F. Kelemahan Penelitian.....	35
BAB V KESIMPULAN.....	36
A. Kesimpulan .....	36
B. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA .....	37
LAMPIRAN.....	40



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kebumen .....	19
Tabel 2.	<i>Blueprint</i> skala Harga Diri .....	21
Tabel 3.	<i>Blueprint</i> skala Presentasi Diri.....	22
Tabel 4.	Sebaran Skala Presentasi Diri .....	26
Tabel 5.	Sebaran Skala Harga Diri.....	26
Tabel 6.	Rincian Uji Coba Alat Ukur.....	27
Tabel 7.	Daya Beda Aitem Harga Diri.....	28
Tabel 8.	Daya Beda Aitem Presentasi Diri .....	28
Tabel 9.	Susunan Aitem Baru Skala Harga Diri .....	29
Tabel 10.	Susunan Baru Aitem Skala Presentasi Diri.....	29
Tabel 11.	Hasil Analisis Data.....	30
Tabel 12.	Norma Kategorisasi Skor.....	31
Tabel 13.	Deskripsi Skor Pada Skala Harga Diri .....	32
Tabel 14.	Kategori Skor Skala Harga Diri .....	32
Tabel 16.	Deskripsi Skor Pada Skala Presentasi Diri.....	33
Tabel 17.	Kategori Skor Skala Presentasi Diri.....	33

UNISSULA  
جامعة سلطان أبوبنوع الإسلامية

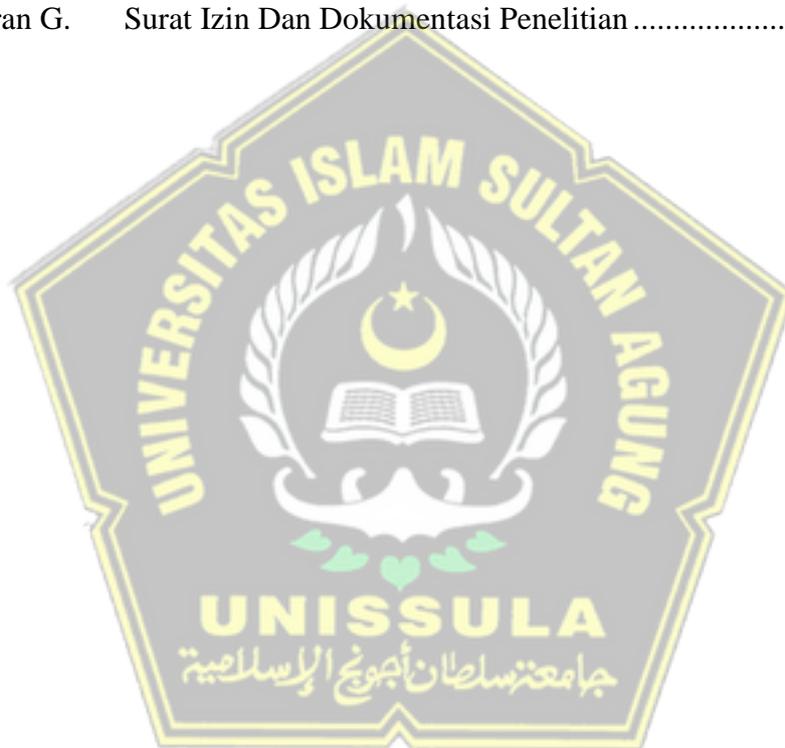
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Norma Kategorisasi Skala Harga Diri.....	32
Gambar 2.	Norma Kategorisasi Skala Presentasi Diri .....	33



## DAFTAR LAMPIRAN

lampiran A.	Skala Uji Coba .....	41
Lampiran B.	Tabulasi Data Uji Coba.....	50
Lampiran C.	Reliabilitas Dan Uji Daya Beda Aitem Skala Uji Coba.....	63
Lampiran D.	Skala Penelitian.....	68
Lampiran E.	Tabulasi Data Penelitian .....	76
Lampiran F.	Uji Asumsi .....	114
Lampiran G.	Surat Izin Dan Dokumentasi Penelitian.....	117



# HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PRESENTASI DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI KEBUMEN

Oleh:

**Faisal Arifin**

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung

Email: arifinf668@gmail.com

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 378 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Cluster Random Sampling*. Penelitian ini menggunakan dua alat ukur. skala harga diri terdiri dari 35 aitem dengan koefisiensi reliabilitas sebesar 0,924 dan memiliki daya beda tinggi sebesar 0,318 – 0,671. Skala presentasi diri terdiri dari 30 aitem dengan koefisiensi reliabilitas sebesar 0,852 dan memiliki daya beda tinggi sebesar 0,313 – 0,560.

Uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen. Hasil uji hipotesis menghasilkan nilai koefisiensi  $r_s$  sebesar -0,147 dengan taraf signifikansi 0,004 ( $p < 0,05$ ) artinya hipotesis diterima. Harga diri memberikan sumbangan sebesar 3,3% terhadap presentasi diri, sedangkan 96,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci : Harga diri, Presentasi diri**

# **THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND SELF-PRESENTATION OF STUDENTS USING INSTAGRAM IN KEBUMEN**

*By:*

**Faisal Arifin**

*Psychology Faculty, Sultan Agung Islamic University*

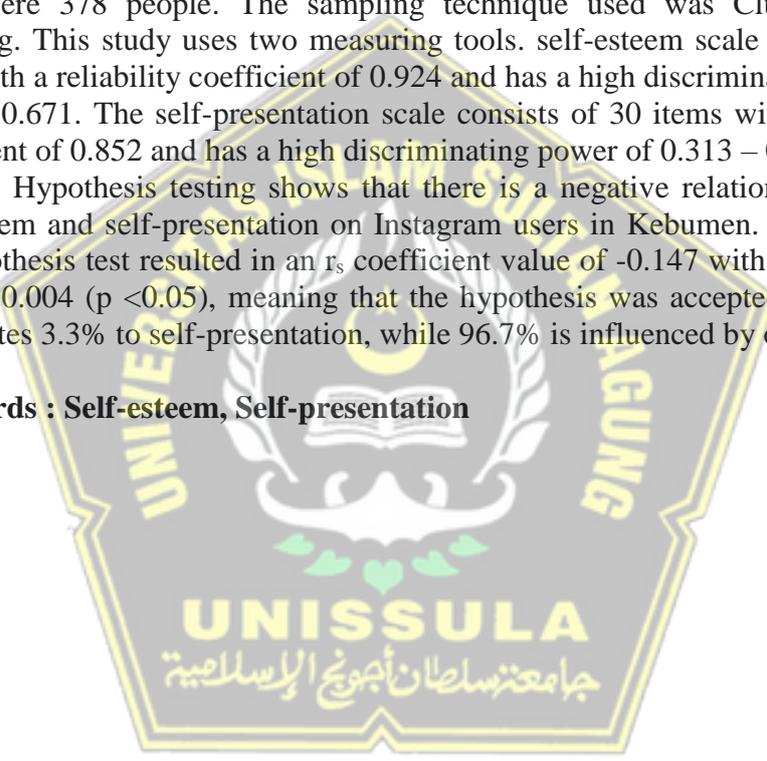
Email: arifinf668@gmail.com

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the relationship between self-esteem and self-presentation of students using Instagram in Kebumen. The sample used in this study were 378 people. The sampling technique used was Cluster Random Sampling. This study uses two measuring tools. self-esteem scale consists of 35 items with a reliability coefficient of 0.924 and has a high discriminating power of 0.318 – 0.671. The self-presentation scale consists of 30 items with a reliability coefficient of 0.852 and has a high discriminating power of 0.313 – 0.560.

Hypothesis testing shows that there is a negative relationship between self-esteem and self-presentation on Instagram users in Kebumen. The results of the hypothesis test resulted in an  $r_s$  coefficient value of -0.147 with a significance level of 0.004 ( $p < 0.05$ ), meaning that the hypothesis was accepted. Self-esteem contributes 3.3% to self-presentation, while 96.7% is influenced by other factors.

**Key words : Self-esteem, Self-presentation**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era modern ini perkembangan teknologi berkembang secara cepat. Contoh dari perkembangannya yaitu sosial media. Saat ini sosial media telah menjadi suatu bagian dari kehidupan kalangan masyarakat. Menurut (Nasrullah, 2014) sosial media adalah suatu media yang terdapat di internet yang digunakan oleh penggunanya supaya dapat mempresentasikan diri, melakukan interaksi, melakukan kerja sama, dan juga membentuk hubungan sosial melalui virtual.

Salah satu bentuk dari media sosial yang sering kita gunakan adalah instagram. Wicaksono (2017) menyatakan bahwa instagram merupakan aplikasi pengunggah foto maupun video. Melalui media tersebut seseorang memiliki peluang untuk memilih apa saja yang mungkin mereka sukai untuk diunggah atau ditampilkan kepada pengguna lainnya dan juga menyeleksi apa saja tentang hal yang tidak disukai sehingga pengguna tidak ingin mengunggah atau menampilkan unggahannya kepada pengguna lain.

Melalui instagram, pengguna dapat memilih foto terbaiknya untuk diunggah dengan tujuan menampilkan kesan tertentu, disamping itu juga dapat membuat tulisan sebagai *caption* yang bertujuan untuk menekan aspek kepribadian yang mereka inginkan (Wong, 2012). Penyampaian dilakukan oleh pengguna instagram yang bertujuan untuk menciptakan kesan tertentu terhadap pengguna instagram yang lain disebut juga presentasi diri. Presentasi diri merupakan bentuk penyampaian diri dengan tujuan untuk membuat orang suka terhadap kesan yang ditunjukkan (Myers, dalam Widya & Ingrianti, 2013).

Presentasi diri yang dilakukan oleh pengguna instagram juga terdiri dari berbagai macam cara yaitu presentasi diri yang sebenarnya, presentasi diri yang sebenarnya merupakan salah satu bentuk dari penyampaian diri yang dilakukan di sosial media dengan menyesuaikan kenyataan dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian yang kedua yaitu mempresentasikan diri secara ideal, mempresentasikan diri secara ideal adalah bentuk dari penyampaian diri yang

dilakukan oleh individu di sosial media yang sesuai dengan yang diinginkan oleh orang lain maupun diri sendiri. Yang ketiga yaitu presentasi diri yang bukan sebenarnya, presentasi diri yang bukan sebenarnya merupakan salah satu cara untuk melakukan presentasi diri yang sangat berbeda dengan diri penggunanya, atau dengan cara mencoba menampilkan tidak sesuai dengan kehidupan dalam sehari-hari yang bertujuan untuk membuat kesan terhadap orang lain (Michikyan et al., 2015).

Pentingnya mempresentasikan diri di instagram membuat seseorang bertindak apapun dengan tujuan menarik perhatian pengguna instagram lainnya, misalnya, seseorang yang hendak mempresentasikan dirinya sebagai orang yang positif maka orang tersebut akan berperilaku baik, selalu bersyukur, dan berfikir positif. Lain halnya wanita yang berasal dari Tiongkok yang mengunggah foto cantiknya di media sosial dengan tujuan untuk mendapatkan pria idamannya, akan tetapi setelah bertemu dengan pria idamannya secara langsung, sang pria kecewa dikarenakan foto yang ditampilkan di media sosial oleh wanita tersebut tidak sesuai dengan aslinya (Aliana, 2015). Hal ini sesuai dengan strategi dari presentasi diri menurut Baron dan Branscombe (Aiyuda & Syakarofath, 2019) yaitu dengan cara meningkatkan daya tarik individu terhadap orang lain dan juga membuat individu tersebut merasa senang dengan apa yang individu tersebut lakukan dengan berbagai cara.

Berdasarkan contoh kasus diatas disebutkan seseorang dapat berfikir kembali tentang dampak positif dan negatif yang mungkin muncul setelah mempresentasikan diri di instagram. Presentasi diri memiliki dampak positif diantaranya adalah dapat merekatkan hubungan dalam berkeluarga, pertemanan, belajar, dan saling membagikan informasi (O’Keeffe et al., 2011). Sedangkan dampak negatif dari presentasi diri di sosial media seperti instagram seperti contoh kasus diatas dan juga menjadi berkurangnya privasi, berkurangnya kemampuan sosialisasi dalam dunia nyata, terjadinya *cybercrime*, dan pornografi (Kusumasari & Hidayati, 2014).

Hasil observasi yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa bentuk presentasi diri pada pengguna instagram dapat dilihat dari apa yang diikuti seperti ketika

pengguna instagram mengikuti akun yang terkait dengan olahraga, maka kemungkinan bahwa pengguna itu menyukai hal tentang olahraga. Bentuk presentasi diri yang lain juga dapat dilihat dari apa yang di unggah oleh penggunanya seperti jika pemilik akun ingin memiliki kesan sebagai individu yang gemar berolahraga maka akan mengunggah foto maupun videonya yang berkaitan dengan aktifitas olahraganya. Selain itu jika pemilik akun instagram akan mempresentasikan dirinya sebagai orang yang ramah maka biasanya pemilik akun akan merespon komentar disetiap unggahannya dengan respon yang ramah.

Fenomena presentasi diri yang dilakukan oleh kalangan mahasiswa sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gombong yang menggunakan instagram berinisial I, berjenis kelamin perempuan, berusia 20 tahun, dan semester 3 menyatakan bahwa:

*“Menurut saya instagram adalah aplikasi yang bisa di gunakan untuk komunikasi, promosi, berbagi foto atau video, dan juga bisa digunakan untuk foto menggunakan filter filter yang ada di Instagram, serta bisa menambahkan emoticon atau stiker yang tersedia di Instagram karena dengan menggunakan fitur-fitur tersebut saya bisa terlihat lebih percaya diri dalam mengunggah foto ataupun video. Fungsi Instagram adalah untuk berbagi foto dan video, untuk promosi, bisa juga untuk mencari informasi beasiswa, informasi perlombaan, informasi lowongan pekerjaan, informasi tentang universitas, informasi berita terkini, informasi kuliner dan wisata yang recommended, resep" masakan, dan masih banyak lagi. Sebagai apresiasi suatu pengalaman yang di alami, atau juga bisa sebagai berbagi kebaikan atau kebahagiaan dengan orang lain, bisa juga memposting karena suka tanpa ada tujuan apapun, okeh karena itu terkadang saya memikirkan kembali tentang apa yang saya upload karena itu akan berpengaruh pada harga diri saya. Jadi , kalau seseorang mempresentasikan atau upload sesuatu, mempengaruhi harga diri, karena untuk meng-upload sesuatu harus ada rasa percaya diri dan harga diri harus di miliki seseorang untuk mendapatkan kehormatan atau penghargaan di hadapan orang lain. Karena jika seseorang tidak mempunyai harga diri ia tidak memiliki kehormatan di hadapan orang lain, hal ini akan membuat seseorang di rendahkan, dihina, tidak mendapatkan penghargaan dari orang lain”*

Wawancara yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gombong yang menggunakan instagram berinisial H, berjenis kelamin perempuan, berusia 20 tahun, dan semester 3 menyatakan bahwa:

*“Instagram adalah sebuah media sosial yang dapat mengetahui suatu kegiatan seseorang ataupun berita terkini yang sedang terjadi saat ini, maupun yang sudah berlalu yg dapat diakses pada media tersebut. Fungsi dari instagram sendiri buat saya adalah untuk mengetahui hal-hal yang positif, dan mengetahui hal-hal yang terbaru seperti berita dan lain-lain karena dengan mengetahui informasi-informasi yang positif kita bisa menambah wawasan kita. Untuk mengeshare hal-hal yang positif seperti webinar dan kegiatan yang dilaksanakan dikampus jika itu penting dan positif, lalu mengaploud kegiatan yang bagus seperti foto saat rekreasi, saat kegiatan kampus dan hal yg positif lainnya. jika itu sesuatu hal positif dan baik tanpa mencela orang lain no problem bagi saya, dan saya share ataupun saya aploud jika penting bagi saya maupun orang lain karena itu akan berkaitan dengan kualitas diri kita sendiri didepan para pengguna media sosial.”*

Wawancara yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang menggunakan instagram berinisial A, berjenis kelamin perempuan, berusia 20 tahun, dan semester 3 menyatakan bahwa:

*“Instagram adalah akun sosial media yang menyajikan beberapa fitur menarik salah satunya visual juga audio. Menurutku instagram bisa berfungsi untuk apapun. Dari instagram kita bisa mengetahui informasi-informasi menarik dari wilayah manapun. Dalam mempresentasikan diri di instagram berarti sama saja itu adalah ajang branding my self. Terkadang pengaruh itu bisa bermacam-macam. salah satu faktor saya dalam mengupload di instagram adalah faktor internal dari dalam diri ataupun ajakan lingkungan sekitar apapun yang kita sebar di social media, itu sama saja menyebarkan konten ke seluruh khalayak dan akan menunjukkan kualitas diri dimata netizen.”*

Wawancara yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang menggunakan instagram berinisial N, berjenis kelamin perempuan, berusia 20 tahun, dan semester 3 menyatakan bahwa:

*“Menurut saya Instagram adalah Salah satu media sosial. Bagi saya, Instagram untuk menambah informasi, menambah teman, dan lain-lain. Saya jarang menunjukkan diri saya. Karna saya kurang percaya diri. Faktor yang mempengaruhi saya dalam*

*mengunggah foto maupun video adalah suasana hati saya sendiri karena sekarang banyak orang menilai dari apa yang dia liat atau dia dengar, jadi harus menjaga sikap dan ucapan dalam bermedia sosial supaya orang menilai diri kita sebagai orang yang baik.”*

Berdasarkan hasil beberapa wawancara diatas, sebagai bentuk dari presentasi diri sebagian besar pengguna instagram menggunakan akunnya untuk berkomunikasi dengan orang lain, berbagi foto, berbagi video, menggunakan fitur instagram lainnya seperti filter foto dan video untuk mengedit. Pengguna juga melakukan pencarian informasi seperti lowongan kerja, informasi tentang webinar, informasi tentang pendidikan dan juga informasi lainnya yang dapat diperoleh penggunanya di instagram. Instagram juga digunakan oleh penggunanya untuk menambah teman. Hal yang melatar belakangi pengguna dalam menggunakan fitur di instagram adalah supaya merasa lebih percaya diri dalam mengunggah foto maupun video, kemudian juga dapat memperoleh informasi yang sedang dicari.

Hasil wawancara juga diperoleh informasi bahwa mahasiswa melakukan presentasi diri di instagram didorong oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti faktor internal yaitu suasana hati, ingin mendapatkan penghargaan atau apresiasi dari orang lain, rasa percaya diri, dan juga tentang bagaimana tetap bisa menjaga sikap supaya orang menilai diri pemilik akun sebagai orang yang baik, terlebih jika kesan yang sudah ditimbulkan sejak lama itu merupakan kesan positif dan bisa meningkatkan nilai orang yang menggunakan instagram tersebut. Faktor eksternal seperti ajakan dari lingkungan sekitar.

Raymer (2015) menyatakan intensitas seseorang dalam menggunakan instagram akan sebanding dengan harga diri penggunanya. Harga diri merupakan faktor yang mempengaruhi presentasi diri. Rosenberg, et,al (Rozika & Ramdhani, 2018) mengemukakan harga diri merupakan sikap positif maupun negatif seseorang terhadap dirinya.

Coopersmith (Marwati et al., 2016) menjelaskan tentang definisi dari harga diri yaitu penilaian positif atau negatif dari seseorang yang disampaikan dalam bentuk sikap. Menurut Clemes dan Bean (Kamila & Mukhlis, 2013) timbulnya harga diri disebabkan oleh kepuasan yang dirasakan seseorang apabila telah

berasa pada kondisi yang diinginkan. Presentasi diri seseorang yang memiliki harga diri rendah akan bertujuan untuk meningkatkan kesan pada dirinya, akan tetapi perbedaan penelitian dapat dilihat dari hasil penelitian Tazghini & Sielecki (Hingerton, 2016) yaitu ketika seseorang memiliki harga diri rendah justru orang tersebut akan menghapus posinganya atau tidak akan mengunggah postinganya dan tidak akan mempresentasikan diri dengan tujuan untuk mempertahankan kesan pada dirinya.

Riset tentang hubungan antara harga diri dengan presentasi diri sudah pernah diteliti. Salah satu penelitiannya telah dilakukan oleh (Evelin & Adishesa, 2020) dengan judul “Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dan *Self-Esteem* pada Remaja”. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap empat ratus sepuluh orang responden yang menggunakan media sosial instagram. Pengguna instagram yang memiliki harga diri tinggi melakukan presentasi diri dengan intensitas rendah.

Riset tentang hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pernah diteliti juga oleh Handayani (2017) dengan judul “Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Pengguna Instagram”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara harga diri dengan presentasi pada Mahasiswa pengguna instagram di Universitas Muhammadiyah Malang.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merasa perlu mengeksplorasi penelitian tentang hubungan antara harga diri dengan presentasi diri. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu bahwa penelitian ini melibatkan mahasiswa pengguna instagram di Kebumen sebagai subjek dari penelitian. Penelitian ini penting untuk diteliti supaya mahasiswa dapat mengetahui hubungan harga diri dengan presentasi diri yang mereka lakukan di instagram, khususnya pada mahasiswa di Kebumen.

## **B. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen.

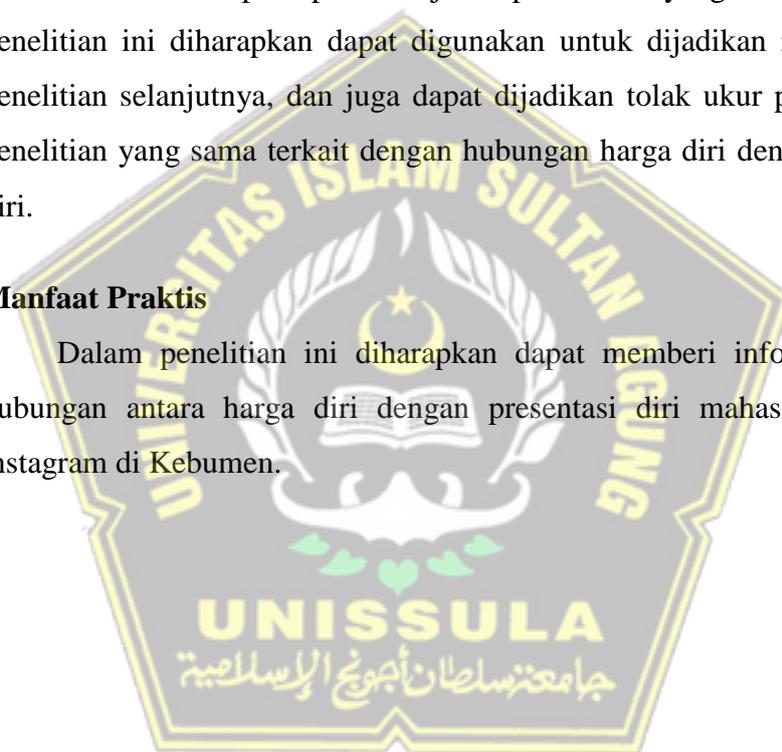
### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Berdasarkan pemaparan tujuan penelitian yang hendak dicapai, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya, dan juga dapat dijadikan tolak ukur pengembangan penelitian yang sama terkait dengan hubungan harga diri dengan presentasi diri.

#### **2. Manfaat Praktis**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi tentang hubungan antara harga diri dengan presentasi diri mahasiswa pengguna instagram di Kebumen.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Presentasi Diri

#### 1. Pengertian Presentasi Diri

Presentasi diri menurut Goffman (Ramadhani & Ningsih, 2021) merupakan usaha seseorang untuk menampilkan diri dengan tujuan tertentu. Ketika seseorang ingin mempresentasikan dirinya terkadang orang tersebut akan mengontrol perilakunya dengan melihat kondisi dan situasi dimana orang itu berada dengan tujuan memperoleh tujuan yang di inginkan.

Goffman (Dayaksini & Hudaniah, 2009) menyebutkan syarat-syarat seseorang dalam mengelola kesan positif seperti :

- a. Penampilan muka, merupakan bentuk ekspresi diri supaya orang lain dapat mengetahui peran orang tersebut. Dalam hal ini terdapat tiga aspek seperti *setting* atau barang-barang yang sering dipergunakan, aspek kedua yaitu *appearance* atau penggunaan atribut-atribut, lencana, atau hal hal yang memiliki artifaktual, aspek ketiga yaitu *manner* atau bentuk perilaku seperti gaya berbicara, saat berjalan, cara duduk, dan lain-lain.
- b. Keterlibatan peran, merupakan kontribusi seseorang dalam memerankan dirinya secara keseluruhan.
- c. Mewujudkan keinginan orang lain terhadap dirinya.
- d. *Mystification*, merupakan sikap profesional yang dimiliki seseorang terhadap perannya.

Schlenker (Kusumasari & Hidayati, 2014) menyatakan bahwa presentasi diri adalah suatu usaha yang dilakukan oleh individu untuk membentuk kesan orang lain mengenai individu tersebut. Definisi presentasi diri juga dikemukakan oleh Jones & Pittman (Rozika & Ramdhani, 2018) yaitu sebuah usaha yang bertujuan untuk memperoleh kesan yang diinginkan dengan cara tertentu.

Lewis & Neighbors (Tama, 2018) berpendapat tentang definisi presentasi diri yang merupakan suatu usaha untuk meregulasi penilaian orang lain terhadap diri seseorang. Bentuk dari presentasi diri yang sering dilakukan oleh seseorang terjadi secara spontan, akan tetapi juga dapat dilakukan dengan cara dibuat sesuai dengan tujuan orang tersebut.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa presentasi diri merupakan usaha seseorang untuk menampilkan diri dengan tujuan tertentu.

## 2. Aspek-aspek Presentasi Diri

Yang & Brown (2016) menyebutkan beberapa aspek dari presentasi diri yaitu:

- a. Keluasan informasi merupakan jumlah informasi yang disajikan, pada keluasan informasi presentasi diri yang dilakukan oleh seseorang yang merujuk pada banyaknya informasi yang disajikan, keluasan informasi dapat dilihat dari kuantitas informasi yang dibagikan. Dampak yang ditimbulkan oleh keluasan informasi seseorang yang sedang mempresentasikan diri adalah timbulnya kepercayaan terhadap orang lain dengan apa yang orang tersebut ucapkan, contohnya adalah ketika seorang *influencer* melakukan promosi terhadap produk tertentu maka *influencer* tersebut harus memiliki keluasan informasi yang cukup untuk meyakinkan orang lain.
- b. Kedalaman informasi, aspek kedalaman informasi adalah tingkat keintiman dari informasi yang disajikan atau tentang sampai pada taraf apa informasi pribadinya dibagikan. Kedalaman informasi memegang peranan yang penting untuk menjaga hubungan para pengguna instagram yang dapat mengarahkan kepada kepercayaan khayalak terhadap informasi yang disampaikan.
- c. Aspek kepositifan, yaitu tentang informasi apa saja yang dapat meningkatkan penilaian positif untuk membentuk citra diri yang baik. Sisi positif dari seseorang bisa dilihat dari caption maupun dalam mengunggah foto atau video dalam melakukan presentasi diri, hal ini

bisa dilakukan dengan cara mengedepankan sisi positif dari orang tersebut yang telah diketahui oleh orang lain.

- d. Keaslian, aspek ini mengukur akurasi dari informasi yang akan ditampilkan akan menggambarkan seseorang yang mempresentasikannya. Dalam menunjukkan keaslian seseorang dapat dilakukan dengan cara melakukan kebiasaan yang dapat dijadikan ciri khas orang tersebut seperti contoh memberikan sapaan khusus kepada orang lain. Hal tersebut dilakukan agar informasi atau presentasi diri yang dilakukan oleh orang tersebut dapat dipertanggungjawabkan.
- e. Intensionalitas, yaitu sejauh mana seseorang secara sengaja maupun sadar memberikan atau mengungkapkan informasi. Dalam melakukan presentasi diri seseorang dapat mengutarakan pesan menggunakan komunikasi secara lisan, menggunakan video, maupun tertulis.

Michikyan et al. (2015) menyatakan beberapa aspek-aspek presentasi diri yaitu:

- a. *Real self*, adalah perasaan sesungguhnya yang timbul akibat faktor internal yaitu dengan cara melakukan presentasi diri sebenar-benarnya.
- b. *Ideal self*, adalah tindakan seseorang dalam bentuk kelengkapan ideal seperti keinginan dan harapan dalam diri sendiri yang bersifat positif maupun negatif seperti menunjukkan keinginan diri yang diharapkan saat melakukan presentasi diri.
- c. *False self*, adalah perilaku diri yang tidak selaras dengan alasan yang berbeda-beda seperti, menyajikan informasi yang diragukan kebenarannya, mencoba berbagai hal yang berbeda, memberikan kesan terhadap orang lain sesuai dengan keinginan.

Goffman (Dayaksini & Hudaniah, 2009) menyebutkan bahwa aspek presentasi diri yaitu:

- a. *Ingratiation*, adalah usaha untuk membuat kesan baik dengan cara menjadi pendengar yang baik, ramah, dan lain sebagainya.
- b. *Intimidation*, adalah usaha yang dilakukan seseorang supaya orang tersebut terlihat menakutkan dimata orang lain.

- c. *Self-promotion*, adalah usaha untuk menunjukkan keahlian kepada orang lain supaya terlihat memiliki kompetensi diri yang bagus dan juga memiliki keahlian dibidang tertentu.
- d. *Exemplificatin*, adalah usaha seseorang untuk menampilkan penghargaananya terhadap sikap jujur dan moral walaupun terkadang tidak ikhlas menjalankannya.
- e. *Supplification*, adalah usaha yang dilakukan seseorang dengan memperlihatkan kelemahannya kepada orang lain agar mendapatkan simpati dari orang lain.
- f. *Self-handicapping*, adalah usaha yang dilakukan seseorang dengan cara pura-pura memiliki kendala ketika egonya terganggu.

Berdasarkan pendapat ahli yang telah disebutkan kesimpulan yang dapat diambil dari aspek presentasi diri adalah *ingratiation, intimidation, self promotion, exemplification, supplification, dan self handicapping*.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Presentasi Diri

Faktor dari presentasi diri dikemukakan pada hasil penelitian dari Pangastuti (2015) yaitu narsisme. Narsisme pada seseorang saat mempresentasikan diri akan cenderung menampilkan dirinya menjadi orang yang unik, penting, dan juga memiliki keinginan untuk mendapat perhatian.

Raymer (2015) menyebutkan salah satu faktor dari presentasi diri adalah popularitas, hal ini dapat dibuktikan bahwa intensitas penggunaan sosial media sebanding dengan harga diri, akan tetapi walaupun demikian terdapat penengah pada korelasi harga diri dengan seberapa sering menggunakan sosial media. Seseorang yang memiliki harga diri rendah akan memanfaatkan media sosial dengan tujuan supaya lingkungan sosialnya bisa menerimanya, sedangkan seseorang yang memiliki harga diri tinggi memanfaatkan media sosial untuk menunjang kepopularitasnya.

Faktor presentasi diri menurut Rosenberg, et, al (Rozika & Ramdhani, 2018) adalah harga diri. Harga diri merupakan sikap positif maupun negatif seseorang terhadap dirinya. Maslow (Riski, 2017) menyatakan bahwa seseorang yang telah terpenuhi kebutuhan primernya maka orang tersebut akan memiliki harga diri tinggi dan tidak terhasut oleh penilaian orang lain.

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan dapat diambil kesimpulan mengenai faktor seseorang dalam melakukan presentasi diri yaitu narsisme, popularitas, dan juga harga diri.

## **B. Harga Diri**

### **1. Pengertian Harga Diri**

Rosenberg, et,al (Rozika & Ramdhani, 2018) mengemukakan harga diri merupakan sikap positif maupun negatif seseorang terhadap dirinya. Aspek harga diri menurut Rosenberg (Rahmania & Yuniar, 2012) dibagi menjadi dua yaitu aspek penerimaan diri dan aspek penghormatan diri yang didalamnya memiliki lima dimensi seperti dimensi akademik yang mengacu pada penilaian seseorang yang berhubungan dengan pendidikannya, dimensi fisik yang mengacu pada penilaian seseorang yang berhubungan dengan kondisi maupun keadaan fisik seseorang, dimensi sosial yang mengacu pada penilaian seseorang tentang hubungan sosialnya, dimensi keluarga yang mengacu pada partisipasi seseorang dalam berkeluarga, dan dimensi emosional yaitu hubungan peran serta seseorang dengan orang lain.

Coopersmith (Evelin & Adishesa, 2020) mengatakan bahwa harga diri merupakan sebuah penilaian positif atau negatif seseorang terhadap diri sendiri sehingga orang mempercayai dirinya sebagai orang yang dianggap penting, memiliki kemampuan tertentu, memiliki keberhasilan, dan dianggap bermanfaat. Stuart dan Sundeen (Henggaryadi, 2012) berpendapat bahwa harga diri merupakan evaluasi dari pencapaian yang telah didapatkan seseorang.

Ryan dan Brown (Rozika & Ramdhani, 2018) juga memaparkan definisi harga diri yaitu seperti apa seseorang menghargai dirinya sendiri

secara positif dan negatif. Gardner et al (Indrawati, 2014) menyatakan pendapatnya mengenai definisi harga diri merupakan pedoman untuk melakukan penilaian diri berdasarkan penilaian secara positif dan negatif. Harga diri dapat didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang dengan menilai dan memandang diri sendiri sebagai orang yang berarti, orang yang layak, dan juga orang yang berguna dalam kehidupannya (Yendi et al., 2015).

Berdasarkan definisi harga diri yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi dari harga diri merupakan sikap positif maupun negatif seseorang terhadap dirinya.

## 2. Aspek-aspek Harga Diri

Rosenberg (Rahmania & Yuniar, 2012) mengungkapkan aspek dari harga diri yaitu aspek penerimaan diri dan aspek penghormatan diri. Aspek penerimaan diri yaitu sikap yang pada dasarnya merasa puas dengan diri sendiri, kualitas, bakat, pengetahuan, serta keterbatasan dalam diri, sedangkan aspek penghormatan diri yaitu dasar dari keyakinan dan karakter seseorang yang tidak berubah oleh peristiwa dalam kehidupan.

Tafarodi dan Swann (Rozika & Ramdhani, 2018) mengemukakan aspek-aspek harga diri yaitu:

- a. *Self liking*, merupakan penilaian yang dilakukan oleh orang lain terhadap seseorang sebagai orang yang dipandang baik maupun buruk. Aspek ini berkaitan dengan penilaian sosial yaitu tentang bagaimana seseorang dapat mengambil nilai sosial yang positif dengan tujuan mengevaluasi diri.
- b. *Self competence*, merupakan sikap seseorang menilai diri berlandaskan dari pengalaman yang dimilikinya. Penilaian dilakukan dari hal yang negatif hingga positif yang dimilikinya sebagai landasan untuk memperoleh harga diri.

Buss (Sari et al., 2006) mengemukakan aspek dari harga diri yaitu:

- a. Percaya diri, merupakan suatu sikap yang disertai dengan penilaian yang berlandaskan dari kemampuan yang dimiliki sehingga akan lebih leluasa dalam melakukan apapun yang diinginkan serta memiliki tanggungjawab atas keputusan dari tindakan yang dilakukannya. Aspek percaya diri terdiri dari komponen penampilan, kemampuan diri, prestasi, dan juga kekuatan.
- b. Kecintaan pada diri sendiri, terdiri dari komponen pengakuan sosial, moral dan pengalaman. Kecintaan pada diri sendiri didefinisikan sebagai bentuk penghargaan pada diri sendiri atau memusatkan kecintaanya pada diri sendiri.

Berdasarkan aspek-aspek harga diri yang disebutkan diatas disimpulkan bahwa aspek dari harga diri yaitu penerimaan diri dan penghormatan diri.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Diri

Menurut Frey & Carlock (Henggaryadi, 2012) faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu:

- a. Gender. Seorang wanita lebih sering menampilkan dirinya daripada laki-laki, maka dari itu dampak dari hal tersebut akan lebih terasa terhadap harga dirinya.
- b. Kelas sosial dan lingkungan sosial. Kelas sosial dapat dilihat dari pekerjaan orang tua, jenjang pendidikan, dan juga pendapatan dari orang tua juga akan berdampak pada harga diri seseorang.
- c. Pola asuh. Faktor dari pola asuh orang tua dapat memengaruhi harga diri seseorang. Harga diri orang tua cenderung berbanding lurus dengan harga diri anaknya.

Faktor harga diri menurut Frey dan Carlock (Anindyajati & Karima, 2004) yaitu:

- a. Interaksi dengan orang lain, interaksi ini diawali melalui ibu kemudian menyebar kepada orang lain. Pada faktor ini sosok ibu sangat berpengaruh karena ibu yang memiliki kehangatan dalam mengasuh

anak dapat menimbulkan harga diri yang positif, hal tersebut terjadi karena anak akan merasa lebih dihargai secara menyeluruh.

- b. Sekolah, merupakan salah satu lingkungan penting untuk berinteraksi seseorang, ketika seseorang dapat berinteraksi baik di lingkungan sekolahnya maka cenderung akan memiliki harga diri positif..
- c. Pola asuh, cara orang tua mendidik anak akan berdampak terhadap harga diri anak. Pada faktor pola asuh, apabila orang tua mengasuh anaknya dengan baik maka anak akan merasa lebih di hargai dan dipercaya jika dibandingkan dengan pola asuh orang tua yang mengenggang kebebasan anak.
- d. Keanggotaan kelompok, harga diri seseorang akan lebih tinggi jika orang tersebut merasa diterima oleh kelompoknya, sebaliknya seseorang akan merasa tidak memiliki harga diri jika orang tersebut merasa diasingkan oeh kelompoknya.
- e. Pedoman dan nilai yang dianut seseorang, harga diri tinggi dapat diperoleh jika terdapat kesetaraan nilai dengan pedoman yang telah dianut oleh seseorang yang didapatkan dalam kesehariannya.
- f. Kematangan dan heredeter, seseorang yang memiliki kekurangan fisik akan merasa kurang dihargai oleh lingkungannya

Faktor dari harga diri menurut Lutan (Santi, 2017) yaitu:

- a. Orang tua, adalah sumber utama dari pembentukan harga diri. Pemberian yang paling berharga dari orang tua adalah meletakkan landasan harga diri yang kuat, hal ini dapat dilakukan dengan cara mengembangkan rasa percaya diri terhadap anak.
- b. Teman sejawat. Teman sejawat akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan harga diri individu. Ketika seseorang berada di lingkungan dengan teman yang suka melakukan *bullying* maka lingkungan tersebut akan berdampak negative atau kurang baik untuk pembentukan harga diri yang positif. Sebaliknya, jika seseorang memiliki teman sejawat yang baik maka hal tersebut akan meningkatkan harga dirinya. Hal

tersebut terjadi dikarenakan suasana pergaulan yang positif, saling mendukung, saling menghargai satu sama lain.

- c. Pencapaian prestasi. Pencapaian yang telah diperoleh oleh individu akan mempengaruhi harga diri individu. Dalam faktor ini menciptakan perasaan tenang, membentuk keyakinan diri, dan mampu melaksanakan tugas merupakan hal penting bagi pembentukan harga diri. Sebaliknya, jika seseorang memperoleh kegagalan yang beruntun dalam hidupnya maka akan memberikan kesan mendalam dan akan mempengaruhi harga diri orang tersebut karena akan dicap sebagai orang yang gagal oleh lingkungannya.
- d. Diri sendiri. Sumber utama dari harga diri adalah diri sendiri. Kita dapat menaikkan harga diri kita sesuai dengan keinginan kita sendiri. Seseorang dapat meningkatkan atau menurunkan harga dirinya sesuai dengan perasaan orang tersebut. Seseorang yang memiliki harga diri tinggi ditandai dengan ciri seperti, selalu memberikan motivasi kepada diri sendiri ketika merasa sedang tidak baik-baik saja dan bersyukur dengan hal yang sudah dimiliki orang tersebut.
- e. Guru dan pelatih olahraga. Faktor ini sangatlah berpengaruh dalam pembentukan harga diri individu dengan cara membuat individu tersebut merasa berharga. Guru dan pelatih olahraga dapat meningkatkan harga diri dengan cara menempatkan siswa yang membuatnya merasa dihargai, dan diakui. Sebaliknya, guru dan pelatih olahraga selalu memberikan kritikan yang keras maka hal tersebut akan mengakibatkan siswa merasa kurang dihargai.

Berdasarkan pendapat ahli dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu gender, kelas sosial, dan pola asuh.

### **C. Hubungan antara Harga Diri dan Presentasi Diri**

Pada dasarnya setiap orang memiliki cara sendiri dalam menampilkan dirinya. Ketika seseorang menunjukkan dirinya, orang tersebut akan mengatur kesan terhadap orang lain yang dipengaruhi oleh motif tertentu, hal ini biasa

dikenal dengan presentasi diri (Jones & Pittman, dalam Rozika & Ramdhani, 2018).

Teori Raymer (2015) menyebutkan bahwa salah satu faktor dari presentasi diri adalah popularitas, hal ini dapat dibuktikan bahwa intensitas penggunaan sosial media sebanding dengan harga diri. Arianna (Kusumasari & Hidayati, 2014) menyebutkan terdapat empat faktor presentasi diri yaitu narsisme (kondisi dimana individu menganggap dirinya itu penting dan harus dikagumi), kecemasan sosial (kondisi ketakutan sosial yang melibatkan interaksi orang lain), kesepian (kondisi dimana individu merasa hampa, sendirian dan tidak diinginkan), harga diri (evaluasi positif atau negatif terhadap seseorang).

Orang memiliki harga diri rendah presentasi diri dilakukannya dengan tujuan untuk meningkatkan kesan pada dirinya, hasil berbeda didapatkan dari penelitian Tazghini & Sielecki (Hingerton, 2016) dimana seseorang memiliki harga diri rendah justru menghapus postingannya atau bahkan tidak akan mengunggah postingannya dengan tujuan untuk mempertahankan kesan pada dirinya. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mehdizadeh, 2010) yaitu jika seseorang memiliki harga diri rendah orang tersebut akan cenderung memiliki banyak waktu untuk mengunggah foto di sosial media. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani & Ningsih (2021) juga memiliki hasil yang sama yaitu jika seseorang memiliki harga diri tinggi maka intensitas presentasi dirinya rendah.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa harga diri dan presentasi diri memiliki hubungan. Harga diri dapat mempengaruhi presentasi diri di instagram.

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan pemaparan diatas, hipotesis yang diajukan adalah “terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen” artinya semakin tinggi harga diri akan semakin rendah presentasi diri yang dilakukan mahasiswa pengguna instagram di Kebumen.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel**

Identitas variabel menurut Azwar (2017) yaitu tahap dalam menetapkan variabel utama dan menentukan kegunaan variabel berdasarkan hipotesis. Variabel penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas : Harga diri
2. Variabel tergantung : Presentasi diri

#### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional menurut Azwar (2017) merupakan definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasar pada karakteristik variabel yang dapat diamati. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel tergantung.

##### **1. Harga diri**

Harga diri merupakan sikap positif maupun negatif seseorang terhadap dirinya (Rosenberg, et,al dalam Rozika & Ramdhani, 2018). Pengukuran tingkat harga diri dapat diukur berdasarkan aspek harga diri oleh Rosenberg yaitu aspek penerimaan diri dan aspek penghormatan diri. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek maka semakin tinggi harga diri subjek, berlaku juga sebaliknya.

##### **2. Presentasi diri**

Presentasi diri merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan cara menunjukkan dirinya dengan tujuan untuk memperoleh kesan dari orang lain. Presentasi diri diukur menggunakan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Goffman yaitu *ingratiation, self-promotion, intimidation, exemplification, self-handicapping, aligning-action, altercasting,* dan *suplication*. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek maka semakin tinggi presentasi diri, berlaku juga sebaliknya.

### C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel (*Sampling*)

#### 1. Populasi

Menurut Azwar (2017) populasi merupakan kelompok subjek yang akan digeneralisasikan pada suatu penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di Kebumen yang berjumlah 6916 orang. Jumlah populasi tersebut berdasarkan web site resmi pangkalan data pendidikan tinggi per semester ganjil 2021.

Jumlah total populasi mahasiswa perguruan tinggi di Kebumen dengan rinci sebagai berikut:

**Tabel 1. Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kebumen**

No	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1	Universitas Muhammadiyah Gombong	1469
2	Universitas Putra Bangsa Kebumen	1690
3	Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen	2176
4	Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen	1005
5	Politeknik Dharma Patria	507
6	AMIK PGRI Kebumen	69
<b>Total</b>		<b>6916</b>

#### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari subjek yang terdapat dalam populasi (Azwar, 2017). Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 378 orang. Sampel pada penelitian ini terdiri dari subjek yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Subjek adalah mahasiswa aktif yang menjalankan studi di perguruan tinggi yang tersebar di Kebumen.
- b. Subjek adalah pengguna instagram.

#### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *cluster random sampling* dalam proses pengambilan sampelnya. Pengambilan sampel menggunakan teknik klaster ini dilakukan dengan cara acak terhadap kelompok bukan subjek secara individual (Azwar, 2017). Teknik ini digunakan karena sampel berada di perguruan tinggi yang berbeda-beda.



#### D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah skala. Skala adalah sejumlah pertanyaan yang diajukan peneliti dengan tujuan untuk mengetahui atribut tertentu melalui respon terhadap pertanyaan yang diajukan (Azwar, 2017). Terdapat 2 skala dalam penelitian ini yaitu skala harga diri dan skala presentasi diri.

##### 1. Skala Harga Diri

Penyusunan skala ini menggunakan aspek dari Rosenberg (2007) yaitu aspek penerimaan diri dan aspek penghormatan diri. Skala harga diri terdiri dari pertanyaan *favoriabile* (mendukung atau sesuai dengan objek) dan pertanyaan yang *unfavoriabile* (tidak mendukung atau tidak sesuai dengan objek). Setiap aitem terdapat empat opsi jawaban yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), sangat tidak sesuai (STS).

**Tabel 2. Blueprint skala Harga Diri**

No	Aspek-aspek	Butir Aitem		Jumlah
		<i>Favoriabile</i>	<i>Unfavoriabile</i>	
1	Penerimaan diri	10	10	20
2	Penghormatan diri	8	8	16
<b>Total</b>		18	18	36

##### 2. Skala Presentasi Diri

Skala presentasi diri pada penelitian ini menggunakan aspek-aspek menurut Goffman (Dayaksini & Hudaniah, 2009) yang terdiri dari 6 aspek yaitu *ingratiation*, *intimidation*, *self promotion*, *exemplification*, *supplification*, dan *self handicapping*. Skala presentasi diri terdiri dari pertanyaan yang *favoriabile* (mendukung atau sesuai dengan objek) dan pertanyaan yang *unfavoriabile* (tidak mendukung atau tidak sesuai dengan objek). Setiap aitem terdapat empat opsi jawaban yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), sangat tidak sesuai (STS).

**Tabel 3. Blueprint skala Presentasi Diri**

No	Aspek-aspek	Butiran item		Jumlah
		<i>Favoriable</i>	<i>Unfavoriable</i>	
1	<i>Ingratiation</i>	4	4	8
2	<i>Intimidation</i>	4	4	8
3	<i>Self-promotion</i>	4	4	8
4	<i>Exemplification</i>	4	4	8
5	<i>Supplification</i>	4	4	8
6	<i>Self-handicapping</i>	4	4	8
<b>Total</b>		24	24	48

### E. Uji Validitas, Daya Beda Aitem, Estimasi Koefisiensi Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan proses pengujian tingkat keakuratan alat ukur dalam melakukan fungsinya. Validitas mengukur seberapa besar kepercayaan yang dapat diberikan pada kesimpulan dalam penelitian ini dan tergantung pada tingkat keakuratan data yang didapat (Azwar, 2017). Oleh sebab itu alat tes dikatakan baik jika memiliki validitas yang tinggi sehingga dapat diperoleh hasil yang akurat dan cermat.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas isi yang menunjukkan sejauh mana aitem yang dibuat dalam alat ukur yang mencakup keseluruhan dari alat ukur yang digunakan. Validitas yang akan digunakan yaitu penggunaan instrument penelitian melalui analisa rasional yang pada penelitian ini adalah dosen pembimbing skripsi.

#### 2. Daya Beda Aitem

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah melakukan uji daya beda aitem dengan cara menghitung koefisiensi hubungan antara skor aitem dengan skor skala.

Uji daya beda aitem pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan mengkorelasikan subjek pada aitem dengan skor total yang telah dibantu dengan program *computer SPSS (Statistical Packages for Social Science)* versi 22.0.

### 3. Estimasi Koefisiensi Reliabilitas

Tes dan skala psikologi menuntut koefisiensi reliabilitas yang tinggi supaya dianggap memuaskan (Azwar, 2017). Metode pengujian estimasi reliabilitas penelitian pada penelitian ini menggunakan *alpha cronbach* yang tersedia di SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) dengan alasan konsisten internal. Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan skor setiap aitem dalam alat ukur.

#### F. Teknik Analisis

Perolehan data selanjutnya di analisis menggunakan teknik analisis kuantitatif dengan metode analisis *product moment* untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yang terdapat dalam penelitian yaitu variabel bebas dan variabel tergantung. Perhitungan analisis data dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan program SPSS (*tatistical Packages for Social Science*) versi 22.0.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian**

##### **1. Orientasi Kacah Penelitian**

Sebelum pelaksanaan penelitian peneliti akan melaksanakan orientasi kacah penelitian terlebih dahulu, tujuannya adalah untuk menyiapkan penelitian supaya berjalan dengan baik. Penelitian ini berhubungan dengan harga diri dan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen.

Terdapat beberapa perguruan tinggi di kabupaten Kebumen yaitu Universitas Putra Bangsa Kebumen, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen, Universitas Muhammadiyah Gombong, Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, AMIK PGRI Kebumen, dan Politeknik Dharma Patria. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Universitas Putra Bangsa Kebumen yang beralamatkan di Jalan Ronggowarsito Nomor 18 Pejagoan, Kebumen, Jawa Tengah.

Alasan Peneliti memilih Universitas Putra Bangsa Kebumen dijadikan sebagai tempat penelitian:

- a. Penelitian menggunakan teknik *cluster random sampling* dalam pengambilan.
- b. Adanya izin dari pihak Universitas Putra Bangsa Kebumen sehingga mempermudah proses jalannya peneliti dalam melakukan penelitian.
- c. Memiliki kriteria yang sesuai dengan harapan peneliti.

##### **2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian**

Persiapan penelitian harus disiapkan dengan baik karena hal ini merupakan langkah penting dalam proses penelitian, hal ini juga bertujuan untuk meminimalisir resiko kesalahan dalam melakukan sebuah penelitian. Persiapan yang dilakukan oleh peneliti yaitu melakukan perizinan penelitian kepada pihak Universitas, menyusun alat ukur penelitian, dan melakukan *try*

out alat ukur dalam bentuk skala dan tes dengan tujuan untuk memperoleh realibilitas dan validitas yang akan digunakan untuk melakukan penelitian.

a. Tahap Perizinan

Perizinan penelitian merupakan bagian penting sebelum melakukan penelitian di suatu tempat. Peneliti menyerahkan surat permohonan penelitian kepada pihak rektorat Universitas Putra Bangsa Kebumen dengan nomor 105/C.1/Psi-SA/I/2022 perihal permohonan izin penelitian.

b. Penyusunan Alat Ukur

Alat ukur adalah suatu alat yang digunakan untuk melakukan penelitian, tujuannya adalah untuk memperoleh instrument dan juga sebagai alat pengumpulan data yang nantinya akan digunakan pada saat penelitian berlangsung. Alat ukur yang digunakan pada penelitian disusun berdasar pada aspek tiap-tiap variabel. Terdapat dua skala pada penelitian ini yaitu skala harga diri dan skala presentasi diri.

Skala dalam penelitian ini memiliki dua aitem yaitu aitem *favoriable* dan *unfavoriable*. Pada aitem *favoriable* memiliki 4 pilihan jawaban dengan nilai skor berbeda di setiap jawabannya, pilihan jawaban tersebut yaitu sangat sesuai (SS) memiliki skor empat (4), sesuai (S) memiliki skor tiga (3), tidak sesuai (TS) memiliki skor dua (2), dan sangat tidak sesuai (STS) memiliki skor satu (1). Berbeda dengan aitem *unfavoriable* yang memiliki skor satu (1) pada sangat sesuai (SS), skor dua (2) pada sesuai (S), skor tiga (3) pada tidak sesuai (TS), dan skor empat (4) pada sangat tidak sesuai (STS). Penelitian ini memiliki dua skala yaitu:

1) Skala Presentasi Diri

Berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Goffman (Dayaksini & Hudaniah, 2009) maka skala presentasi diri yang digunakan adalah *ingratiation*, *intimidation*, *self promotion*, *exemplification*, *supplification*, dan *self handicapping*. Skala presentasi diri terdiri dari 24 aitem *favoriable* dan 24 aitem

*unfavorable* dengan jumlah total 48 aitem. Dibawah ini merupakan sebaran dari skala presentasi diri:

**Tabel 4. Sebaran Skala Presentasi Diri**

No	Aspek-aspek	Butiran item		Jumlah
		<i>Favoriable</i>	<i>Unfavoriable</i>	
1	<i>Ingratiation</i>	1,7,15,16	13,18,32,46	8
2	<i>Intimidation</i>	2,8,21,31	14,22,23,39	8
3	<i>Self-promotion</i>	3,9,24,38	17,25,35,40	8
4	<i>Exemplification</i>	4,10,34,41	26,27,33,42	8
5	<i>Supplification</i>	5,11,28,43	19,29,44,45	8
6	<i>Self-handicapping</i>	6,12,36,47	20,30,37,48	8
<b>Total</b>		24	24	48

2) Skala harga diri

Berdasarkan aspek harga diri yang dikemukakan oleh Rosenberg (Rahmania & Yuniar, 2012) maka skala harga diri yang digunakan pada penelitian ini adalah penerimaan diri dan juga penghormatan diri. Skala harga diri terdiri dari 18 aitem *favoriable* dan 18 aitem *unfavoriable* dengan total 36 aitem. Dibawah ini merupakan sebaran skala harga diri:

**Tabel 5. Sebaran Skala Harga Diri**

No	Aspek-aspek	Butir Aitem		Jumlah
		<i>Favoriable</i>	<i>Unfavoriable</i>	
1	Penerimaan diri	1,2,9,10, 17,18,23, 24,33,34	2,4,11,13, 19,20,25, 26,27,35	20
2	Penghormatan diri	5,6,13, 14,21,28, 29,36	7,8,15, 16,22,30, 31,32	16
<b>Total</b>		18	18	36

c. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum melaksanakan penelitian peneliti akan melakukan uji alat ukur, Tujuannya yaitu untuk mendapatkan reliabilitas dan uji daya beda aitem. Penelitian ini memerlukan partisipasi mahasiswa pengguna instagram di Kebumen sebagai subjek penelitian. Hal tersebut karena peneliti menggunakan teknik *cluster random* dalam menentukan sampel

dimana peneliti menentukan sampel secara acak dari berbagai *cluster* pada jumlah populasi. Rincian uji coba alat ukur sebagai berikut:

**Tabel 6. Rincian Uji Coba Alat Ukur**

No	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1	Universitas Muhammadiyah Gombong	14
2	Universitas Putra Bangsa Kebumen	146
3	Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen	7
4	Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen	2
5	Politeknik Dharma Patria	7
6	AMIK PGRI Kebumen	0
<b>Total</b>		<b>176</b>

d. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Setelah pelaksanaan *try out* selesai maka peneliti akan melaksanakan uji daya beda dan estimasi reliabilitas alat ukur, hal ini bertujuan untuk mendapatkan aitem yang memiliki daya beda atau reliabilitas tinggi. Daya beda aitem dikatakan tinggi jika nilai koefisien korelasi lebih dari 0,3 dan daya beda aitem dikatakan rendah apabila memiliki nilai koefisien korelasi kurang dari 0,3. Koefisiensi korelasi pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *product moment*. Berikut merupakan hasil dari perhitungan uji daya beda dan estimasi reliabilitas aitem:

1) Skala Harga Diri

Hasil uji daya beda aitem terdiri atas 36 aitem dan terdapat 35 aitem yang memperoleh daya beda aitem tinggi yaitu di rentang skor 0,318 – 0,671 dan hanya ada satu aitem yang memiliki daya beda aitem rendah yaitu skor 0,015. Estimasi reliabilitas didapatkan dari reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,924 hal itu membuktikan bahwa alat ukur harga diri reliabel. Berikut merupakan hasil dari daya beda aitem:

**Tabel 7. Daya Beda Aitem Harga Diri**

No	Aspek-aspek	Butir Aitem		Jumlah
		<i>Favoriabile</i>	<i>Unfavoriabile</i>	
1	Penerimaan diri	1,2,9,10,17,18 23,24,33,34	2,4,11,13,19,20 25,26,27,35	20
2	Penghormatan diri	5,6,13,14 21,28,29,,36	7,*8,15,16,22 30,31,32	16
<b>Total</b>		18	18	36

Keterangan: \* aitem daya beda rendah

## 2) Skala Presentasi Diri

Hasil uji daya beda aitem terdiri atas 48 aitem, dan terdapat 30 aitem yang mendapatkan daya beda aitem tinggi yaitu di rentang skor 0,313 – 0,560 dan 18 aitem yang memiliki memiliki daya beda aitem rendah yaitu di rentang skor - 0,353 – 0,297. Estimasi reliabilitas didapatkan dari *alpha cronbach* sebesar 0,852 hal itu mrmuktikan bahwa alat ukur harga diri reliabel. Berikut merupakan hasil dari daya beda aitem:

**Tabel 8. Daya Beda Aitem Presentasi Diri**

No	Aspek-aspek	Butiran item		Jumlah
		<i>Favoriabile</i>	<i>Unfavoriabile</i>	
1	<i>Ingratiation</i>	1,7,15,*16	*13,18,*32,46	8
2	<i>Intimidation</i>	2,8,21,*31	*14,22,*23,*39	8
3	<i>Self-promotion</i>	3,*9,24,38	17,25,35,40	8
4	<i>Exemplification</i>	4,10,34,*41	26,27,33,42	8
5	<i>Supplification</i>	5,11,28,*43	19,29,*44,*45	8
6	<i>Self-handicapping</i>	6,12,*36,*47	*20,*30,*37,*48	8
<b>Total</b>		24	24	48

keterangan: \* aitem daya beda rendah

## e. Penomoran Ulang

Tahap penomoran ulang dilaksanakan setelah meleakukan uji daya beda aitem. Penomoran ulang dilakukan terhadap aitem yang memiliki daya beda tinggi. Penomoran baru terhadap skala harga diri dan presentasi diri adalah sebagai berikut:

**Tabel 9. Susunan Aitem Baru Skala Harga Diri**

No	Aspek-aspek	Butir Aitem		Jumlah
		<i>Favoriable</i>	<i>Unfavoriable</i>	
1	Penerimaan diri	1,2,9(8),10(9),17 (16),18(17),23 (22),24(23),33 (32),34(33)	2,4,11(10),13 (12),19(18),20 (19),25(24),26 (25),27(26),35 (34)	20
2	Penghormatan diri	5,6,13(12),14(13), 21(20),28(27),29 (28),36(37)	7,15(14),16(15), 22(21),30(29), 31(30),32(31)	15
<b>Total</b>		18	17	35

Keterangan: (..) nomor aitem baru yang digunakan pada skala penelitian

**Tabel 10. Susunan Baru Aitem Skala Presentasi Diri**

No	Aspek-aspek	Butiran item		Jumlah
		<i>Favoriable</i>	<i>Unfavoriable</i>	
1	<i>Ingratiation</i>	1,7,15(12),	18(14),46(30)	5
2	<i>Intimidation</i>	2,8,21(16)	22(17)	4
3	<i>Self-promotion</i>	3,24(18),38 (27)	17(13),25(19) ,35(26),40(28)	7
4	<i>Exemplification</i>	4,10(9) ,34(25),	26(20),27(21) ,33(24),42(29)	7
5	<i>Supplification</i>	5,11(10),28(22),	19(15),29(23)	5
6	<i>Self-handicapping</i>	6,12(11)		2
<b>Total</b>		17	13	30

Keterangan: (..) nomor aitem baru yang digunakan pada skala penelitian

## B. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada tanggal 20 Mei 2022 sampai 02 Juni 2022. Penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*, hal tersebut dikarenakan pengambilan sampel penelitian dilakukan secara acak. Penelitian ini menggunakan mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen sebagai subjek penelitian sebanyak 378 mahasiswa.

## C. Analisis Data dan hasil penelitian

### 1. Uji Asumsi

Setelah memperoleh data dari hasil penelitian, analisis pertama yang dilakukan peneliti adalah melakukan uji asumsi dengan menggunakan SPSS versi 22.0.

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah agar peneliti mengetahui bahwa data yang terdistribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan SPSS dengan teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test untuk melakukan uji normalitas. Data dikatakan normal jika nilai ( $p > 0,05$ ). Hasil analisis peneliti dalam melakukan dari uji normalitas adalah:

**Tabel 11. Hasil Analisis Data**

Variabel	Mean	Std Deviasi	KS-Z	Zig	P	Ket
Harga Diri	100,98	10,735	0,065	0,001	$P < 0,05$	Tidak Normal
Presentasi Diri	66,44	8,120	0,071	0,000	$p < 0,05$	Tidak Normal

Berdasarkan uji normalitas didapatkan bahwa skala harga diri memperoleh hasil KS-Z 0,065 dengan hasil signifikansi 0,001. Sedangkan data pada presentasi diri mendapatkan hasil KS-Z 0,071 dengan hasil signifikansi 0,000. Setelah melakukan uji normalitas mendapatkan hasil bahwa variabel harga diri dan variabel presentasi diri memiliki  $p < 0,05$ , hal tersebut menandakan bahwa kedua variabel tidak terdistribusi normal. Syarat uji analisis adalah kedua variabel harus memiliki distribusi normal, jika mendapatkan hasil yang tidak normal uji analisis selanjutnya dapat menggunakan uji Non-Parametrik. Uji analisis Non-Parametrik yang digunakan adalah uji korelasi *Spearman rho*.

b. Uji Linieritas

Tujuan dilakukan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel harga diri dengan presentasi diri memiliki hubungan yang linier. Analisis dilakukan dengan menggunakan  $F_{linier}$ , jika perolehan signifikansi kurang dari 0,05 artinya data tersebut memiliki linearitas. Hasil dari uji linieritas kedua variabel tersebut memperoleh  $F_{linier}$  13,551 dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Dari perolehan data menunjukkan bahwa variabel harga diri dengan variabel presentasi diri memiliki hubungan linier.

## 2. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji linearitas tahap berikutnya yaitu uji hipotesis. Tujuannya dari uji hipotesis adalah untuk membuktikan apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *spearman rho*. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh koefisiensi  $r_s = -0,147$  dan taraf signifikansi  $0,004$  ( $p < 0,05$ ). Berdasarkan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dan presentasi diri yang dilakukan mahasiswa pengguna instagram di Kebumen meskipun signifikansinya sangat lemah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin rendah presentasi diri yang dilakukan mahasiswa pengguna instagram di Kebumen dan sebaliknya. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

### D. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis deskriptif hasil penelitian. Deskriptif hasil penelitian disusun supaya dapat memberikan informasi tentang kondisi subjek dalam variabel yang diteliti. Data pada penelitian ini menggunakan model distribusi normal. Terdapat lima kategori distribusi normal yaitu:

**Tabel 12. Norma Kategorisasi Skor**

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1.5 \sigma < X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma < x \leq \mu + 1.5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5 \sigma < x \leq \mu + 0.5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1.5 \sigma < x \leq \mu - 0.5 \sigma$	Rendah
$X \leq \mu - 1.5 \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan:  $\mu$  = Mean hipotetik  
 $\sigma$  = Standar deviasi hipotetik  
 $x$  = skor yang diperoleh

### 1. Deskripsi Data Harga Diri

Skala harga diri terdiri dari 35 aitem dengan daya beda aitem tinggi pada rentang skor 1 – 4 . skor minimum pada skala harga diri adalah 35 diperoleh (1x35) sedangkan skor maksimum yang diperoleh pada skala

harga diri adalah 140 ( $4 \times 35$ ). Standar deviasi pada skala harga diri yaitu 17,5 ( $[(140-35):6]$ ) dan *mean hipotetik* pada skala harga diri adalah 87,5 ( $[(140+35):2]$ ).

**Tabel 13. Deskripsi Skor Pada Skala Harga Diri**

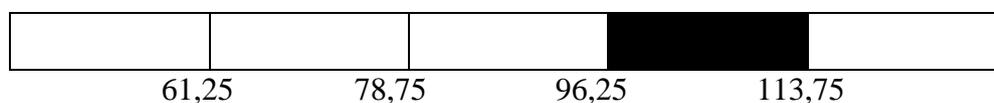
	<i>Empirik</i>	<i>Hipotetik</i>
Skor Minimum	71	35
Skor Maksimum	138	140
<i>Mean (M)</i>	100,98	87,5
Standar Deviasi (SD)	10,735	17,5

**Tabel 14. Kategori Skor Skala Harga Diri**

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$113,75 < x$	Sangat Tinggi	47	12,4%
$96,25 < x \leq 113,75$	Tinggi	204	54%
$78,75 < x \leq 96,25$	Sedang	119	31,5%
$61,25 < x \leq 78,75$	Rendah	8	2,1%
$x \leq 61,25$	Sangat Rendah	0	0%
<b>Total</b>		<b>378</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas 47 orang dengan presentase 12,4% subjek dengan kategori sangat tinggi yaitu  $>113,75$ , kategori tinggi dengan rentang 96,25 - 113,75 sebanyak 204 orang dengan presentase 54%, kategori sedang dengan rentang 78,75 - 96,25 sebanyak 119 orang dengan presentase 31,5%, kategori rendah dengan rentang skor 61,25 - 78,75 sebanyak 8 orang dengan presentase 2,1%, dan tidak ada subjek yang memiliki kategori skor sangat rendah.

**Sangat rendah    Rendah    Sedang    Tinggi    Sangat Tinggi**



**Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Harga Diri**

## 2. Deskripsi Data Skor Presentasi Diri

Skala presentasi diri terdiri dari 30 aitem dengan daya beda aitem tinggi pada rentang skor 1 - 4. Skor minimum pada skala harga diri adalah 30 diperoleh ( $1 \times 30$ ) sedangkan skor maksimum yang diperoleh pada skala harga diri adalah 120 ( $4 \times 30$ ). Standar deviasi yang didapat pada skala harga

diri adalah 15 yang diperoleh dari  $([120-30]:6)$  dan *mean hipotetik* pada skala harga diri adalah 75 yang didapat dari  $([120+30]:2)$ .

**Tabel 15. Deskripsi Skor Pada Skala Presentasi Diri**

	<i>Empirik</i>	<i>Hipotetik</i>
Skor Minimum	46	30
Skor Maksimum	87	120
<i>Mean (M)</i>	66,44	75
Standar Deviasi (SD)	8,120	15

**Tabel 16. Kategori Skor Skala Presentasi Diri**

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$97,5 < x$	Sangat Tinggi	0	0%
$82,5 < x \leq 97,5$	Tinggi	5	1,3%
$67,5 < x \leq 82,5$	Sedang	180	47,6%
$52,5 < x \leq 67,5$	Rendah	171	45,2%
$x \leq 52,5$	Sangat Rendah	22	5,8%
<b>Total</b>		<b>378</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil kategori skor diatas dapat diketahui bahwa tidak ada subjek dengan kategori sangat tinggi, kategori tinggi dengan rentang 82,5- 97,5 sebanyak 5 orang dengan presentase 1,3%, kategori sedang dengan rentang 67,5 – 82,5 sebanyak 180 orang dengan presentase 47,6%, kategori rendah dengan rentang skor 52,5 – 67,5 sebanyak 171 orang dengan presentase 45,2%, dan kategori sangat rendah dengan rentang  $\leq 52,5$  sebanyak 22 orang dengan presentase 5,8% .



**Gambar 2.** Norma Kategorisasi Skala Presentasi Diri

### E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hipotesis terbukti atau tidak. Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen. Hasil analisis telah dilakukan terhadap 378 subjek, uji hipotesis menunjukkan hasil koefisien korelasi sebesar  $r_s = -0,147$  dengan taraf signifikansi 0,004 ( $p < 0,05$ ). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima sehingga terdapat hubungan

negatif antara harga diri dengan presentasi diri yang dilakukan mahasiswa pengguna instagram di Kebumen. Hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin rendah presentasi diri dan juga sebaliknya.

Berbeda dengan hasil penelitian Handayani (2017) yang mendapatkan hasil bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram dengan koefisien korelasi 0,092 dengan taraf signifikansi 0,824( $p > 0,05$ ).

Melalui instagram, pengguna dapat memilih foto terbaiknya untuk di unggah dengan tujuan menampilkan kesan tertentu, disamping itu juga dapat membuat tulisan sebagai *caption* yang bertujuan untuk menekan aspek kepribadian yang diinginkan (Wong, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Øverup, Brunson, & Acitelli (Ramadhani & Ningsih, 2021) terkait presentasi diri dengan harga diri, menemukan bahwa harga diri adalah faktor penting bagi seseorang dalam mempresentasikan diri. Seseorang yang memiliki harga diri yang rendah melakukan presentasi diri memiliki tujuan untuk memromosikan diri supaya mendapatkan kesan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harga diri terkategori tinggi yaitu 54%. Dari hasil data empirik, dapat diketahui sebagian besar mahasiswa pengguna instagram di Kebumen memiliki harga diri tinggi, artinya subjek merasa dirinya berkualitas, memiliki bakat, pengetahuan, serta keterbatasan dalam diri.

Berdasarkan hasil penelitian presentasi diri berbeda dengan harga diri yang terkategori sedang yaitu 47,6%. Dari hasil empirik, dapat dilihat bahwa sebagian besar mahasiswa pengguna instagram di Kebumen melakukan presentasi diri dengan intensitas rendah, artinya bahwa subjek memiliki kesan yang baik, kompetensi diri, dan tidak lagi memerlukan pengakuan diri dari orang lain.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Hal tersebut ditandai dengan adanya hubungan negatif antara harga diri dengan presentasi diri meskipun signifikansinya sangat lemah, dimana perolehan presentasi diri lebih rendah daripada harga diri, hal tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasi -0,147 dengan taraf signifikansi 0,004 ( $p < 0,05$ ). Hal tersebut

sesuai dengan penelitian Evelin & Adishesa (2020) yang menjelaskan bahwa terdapat korelasi negatif antara harga diri dengan intensitas presentasi diri yang dilakukan remaja dengan koefisien korelasi sebesar  $-0,141$  dan taraf signifikansi  $0,004$  ( $p < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin rendah presentasi diri yang dilakukan oleh mahasiswa pengguna instagram di Kebumen dan sebaliknya.

#### F. Kelemahan Penelitian

Kelemahan dari penelitian ini adalah:

1. Penyebaran skala penelitian menggunakan *google form* yang disebarakan langsung melalui grup *whatsapp* kelas, sehingga meskipun dipantau secara langsung oleh peneliti tetapi waktu yang diberikan oleh dosen pengampu kelas cukup singkat sehingga dapat menyebabkan kemungkinan subjek tidak bisa mengisi skala sesuai dengan keadaan sebenarnya.
2. Sebagian pengisian skala tidak dipantau langsung oleh peneliti sehingga dapat menyebabkan kemungkinan jawaban tidak sesuai dengan keadaan subjek.
3. Peneliti sering melakukan kordinasi ulang terhadap ketua kelas untuk mengingatkan teman kelasnya yang belum mengisi.
4. Penelitian ini tidak terdistribusi normal karena kemungkinan subjek dalam mengisi skala tidak kurang sesuai dengan keadaan subjek sebenarnya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, dapat diketahui adanya hubungan antara harga diri dengan presentasi diri diterima dengan analisis *spearman rho* dengan koefisien korelasi  $r_s = -0,147$  dengan taraf signifikansi 0,004 ( $p < 0,05$ ) Harga diri memberikan sumbangan sebesar 3,3% terhadap presentasi diri, sedangkan 96,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil tersebut maka terdapat hubungan negative antara harga diri dengan presentasi diri pada mahasiswa pengguna instagram di Kebumen.

#### **B. Saran**

##### **1. Bagi Mahasiswa pengguna instagram di Kebumen**

Saran bagi mahasiswa pengguna instagram di Kebumen dalam meningkatkan harga diri dapat dilakukan dengan berbagai caraseperti contoh bersosialisasi dengan lingkungan terdekat, aktif dalam organisasi, mengenal diri sendiri, dan menghargai sekecil apapun usaha yang dilakukan oleh diri sendiri maupun orang lain

##### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Pada penelitian ini penyebaran skala menggunakan *google form*, disarankan untuk penelitian selanjutnya melakukan penyebaran skala secara langsung supaya dapat mengobservasi responden secara langsung agar hasil lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019). Presentasi diri di sosial media (Instagram dan Facebook) Sebuah literature review. *Psychopolytan (Jurnal Psikologi)*, 2(2), 124–130.
- Aliana, S. S. (2015). Wanita ini babak belur dipukuli teman kencan online. In *Viva.co.id*. <https://www.viva.co.id/digital/digilife/586439-wanita-ini-babak-belur-dipukuli-teman-kencan-online>
- Anindyajati, M., & Karima, C. M. (2004). Peran harga diri terhadap asersivitas remaja penyalahgunaan narkoba. *Jurnal Psikologi*, 2(1), 49–73.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yograkarta; Pustaka Belajar.
- Dayaksini, T., & Hudaniah. (2009). *Psikologi sosial*. UMM Press.
- Evelin, & Adishesa, M. S. (2020). Hubungan intensitas penggunaan instagram dan self-esteem pada remaja. *Mind Set*, 11(1), 26–36.
- Handayani, P. (2017). Hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hingerton, H. (2016). Social media selfies : Exploring relationships between gender , narcissism , self-esteem , body image and problematic internet use. *Bachelors Final Year Project, Dublin Business School.*, 1–60.
- Indrawati, Y. (2014). Pengaruh self esteem, self efficacy dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*. 2(4), 12–24.
- Kamila, I. I., & Mukhlis. (2013). Perbedaan harga diri (Self Esteem) remaja ditinjau dari keberadaan ayah. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 9(2), 100–112.
- Kusumasari, H., & Hidayati, S. (2014). Rasa malu dan presentasi diri remaja di media sosial. *Jurnal Teori dan Terapan*, 4(2), 91–105.
- Marwati, E., Prihartanti, N., & Hertinjung, W. S. (2016). Pelatihan berpikir optimis untuk meningkatkan harga diri pada remaja di panti asuhan. *Jurnal Indigenous*, 1(1), 23-31.
- Mehdizadeh, S. (2010). Narcassism and self-esteem on facebook. *Jurnal Cyberpsychology, Behavior and Social Working*, 13(4), 357–364.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can you Guess who i am? real, ideal, and false self-presentation on facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55–64.

- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber*; Kencana Prenada Media.
- O’Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., Mulligan, D. A., Altmann, T. R., Brown, A., Christakis, D. A., Falik, H. L., Hill, D. L., Hogan, M. J., Levine, A. E., & Nelson, K. G. (2011). Clinical report - The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800–804.
- Pangastuti, H. (2015). Hubungan antara narsisme dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial facebook. 1–10. *Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Rahmania, P. N., & Yuniar, I. C. (2012). “Hubungan antara self-esteem dengan kecenderungan body dysmorphic disorder pada remaja putri.” *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 1(02), 110–117.
- Ramadhani, F., & Ningsih, Y. T. (2021). Kontribusi self esteem terhadap self presentation pada remaja pengguna instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2986–2991.
- Raymer, K. (2015). *The effects of social media sites on self-esteem recommended citation. Skripsi. Rowan Univercity*.
- Rizki, A. I. (2017). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri. *Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2018). Hubungan antara harga diri dan body image dengan online self-presentation pada pengguna instagram. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 2(3), 172.
- Santi, N. N. (2017). Dampak kecenderungan narsiscisme terhadap self esteem pada pengguna facebook mahasiswa pgsd unp. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 25–30.
- Sari, R., Andayani, T., & Masykur, A. (2006). Pengungkapan diri mahasiswa tahun pertama universitas diponegoro ditinjau dari jenis kelamin dan harga diri. *Jurnal Psikologi*, 3(2), 11–25.
- Tama, B. A. (2018). Validitas skala presentasi diri online. *Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia*, 7(1), 1–7.
- Wicaksono, M. A. (2017). Media social instagram @Wisatadakwahokura influence on followers intention to visit. *Jom Fisip*, 4(2), 1–13.
- Widya, S. R., & Ingarianti, T. M. (2013). Strategi self presentation pada karyawan bank bagian customer service. *Jurnal Psikologi*, 1(1), 127–144.
- Wong, W. K. W. (2012). Faces on facebook: A study of self-presentation and social support on facebook. *Discovery SS Student E-Journal*, 1(34), 184–214.

- Yang, C., & Brown, B. B. (2016). Online self-presentation on facebook and self development during the college transition. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(2), 402–416.
- Yendi, F. M., Syukur, Y., & Rafsyam, Y. (2015). Self-esteem dan pelayanan bimbingan dan konseling yang dibutuhkan siswa kelas akselerasi. *Jurnal Konselor*, 4(4), 191.

