

**Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh terhadap Presentasi Diri Secara
Online pada Pengguna *Instagram***

SKRIPSI



Annisa Rahma Junaidi

NIM.17410130

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2021

HALAMAN JUDUL

Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh pada Presentasi Diri secara Online pada Pengguna Instagram

SKRIPSI

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Annisa Rahma Junaidi

NIM 17410130

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN
Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh
pada Presentasi Diri secara Online pada Pengguna Instagram

SKRIPSI

Oleh:

Annisa Rahma Junaidi

NIM. 17410130

Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing 1



Aprilia Mega Rosdiana, M.Si
NIP. 199004102020122004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M.Si.
NIP. 196710291994032001

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh pada Presentasi Diri secara Online pada Pengguna Instagram

SKRIPSI

Oleh

Annisa Rahma Junaidi

NIM. 17410130

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1. Dr. Achmad Khudori Saleh, M.Ag

2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si

3. Aprilia Mega Rosdiana, M.Si



**Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Rahma Junaidi

NIM 17410130

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Judul : Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh terhadap Presentasi Diri secara Online pada Pengguna Instagram.

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah hasil sebenar-benarnya karya saya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Gresik, 20 April 2021

Peneliti,



Annisa Rahma Junaidi

NIM.17410130

MOTTO

Mereka tidak dapat mengambil harga diri kita kalau kita tidak memberikannya kepada mereka. (*Mahatma Gandhi*)

Sibukkan lisanmu dengan sesuatu yang bermanfaat sebelum ia menyibukkanmu dengan sesuatu yang tidak berguna dan berbahaya
(Dr. Bilal Philips)

Don't let your mind bully your body. (June Tomaso Wood)

HALAMAN PERSEMBAHAN

الحمد لله رب العالمين

Saya persembahkan karya ini kepada kedua orangtua saya Bapak Agus Junaidi dan Ibu Yanti Herawati, yang telah membesarkan, mendidik, dan mendoakan saya sehingga saya dapat mencapai titik ini. Terimakasih untuk adik-adikku tersayang Aryo Rahmatullah Junaidi dan Tharisya Rahma Junaidi yang telah memberikan semangat serta perhatiannya semoga Allah senantiasa mempermudah dalam pencapaian masa depanmu.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat serta rahmat-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA DIRI DAN CITRA TUBUH TERHADAP PRESENTASI DIRI SECARA *ONLINE* PADA PENGGUNA *INSTAGRAM*”

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh ujian Program Strata-1 pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis sangat menyadari di dalam penulisan ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan saran dan kritik membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada:

- 1) Prof. Dr. Abdul haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 2) Dr. Siti Mahmudah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 3) Muhammad Jamaluddin, M.Si selaku Kaprodi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- 4) Aprilia Mega Rosdiana, M.Si selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak arahan, dukungan, dan semangat dalam menyelesaikan tulisan ini.

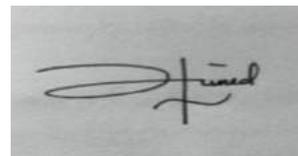
- 5) Dr. Retno Mangestuti, M.Si selaku Dosen Wali di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- 6) Segenap Dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan ilmu , wawasan, pengalaman selama perkuliahan dan seluruh staf yang telah melayani dengan setulus hati.
- 7) Kepada kedua orang tua ku terimakasih karena telah senantiasa memberikan doa dan dukungannya agar memudahkan setiap urusan ku dalam perkuliahan dan penelitian ini.
- 8) Kepada seluruh teman teman Mahasiswa Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017 terimakasih sudah sama sama saling mendukung sampai detik ini
- 9) Kepada seluruh responden yang telah mengisi kuesioner terimakasih karena sudah membantu proses penelitian ini semoga kebaikan kalian dibalas oleh ALLAH SWT.

Saya haturkan do'a semoga amal ibadah dan kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan ix balasan serta dicatat sebagai amal baik oleh Allah SWT. Karya ini saya persembahkan untuk kalian semua terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Gresik, 20 April 2021

Peneliti



Annisa Rahma Junaidi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
مستخلص البحث.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Presentasi Diri Secara Online	12
1. Definisi Presentasi Diri Secara <i>Online</i>	12
2. Aspek – Aspek Presentasi Diri Secara <i>Online</i>	17
B. Harga Diri	19
1. Definisi Harga Diri	19
2. Faktor-Faktor Harga Diri.....	22
3. Aspek-Aspek Harga Diri	29

C. Citra tubuh	31
1. Definisi Citra Tubuh	31
2. Faktor-faktor Citra Tubuh	35
3. Aspek-Aspek	40
4. Pengaruh antara Harga diri dan Citra tubuh terhadap Online Self Presentation.	42
5. Hipotesis Penelitian	44
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
A. Desain Penelitian	45
B. Definisi Operasional & Variable Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel Subjek Penelitian	49
D. Teknik <i>Sampling</i>	51
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Uji Validitas dan Reabilitas	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reabilitas	63
G. Analisa Data	65
BAB IV	68
HASIL & PEMBAHASAN	68
A. Profil Umum Objek Penelitian	68
B. Hasil Penelitian	71
1. Uji Asumsi	71
2. Uji Autokorelasi	77
3. Uji Hipotesis	78
C. Pembahasan	82
1. Tingkat Presentasi Diri Secara Online Pengguna Instagram	82
2. Tingkat Harga Diri Pengguna Instagram	87
3. Tingkat Citra Tubuh Pengguna Instagram	91
4. Pengaruh Harga Diri (x1) terhadap Presentasi diri secara <i>Online</i> (y) dan besaran nilai pengaruhnya	94

5. Pengaruh Citra Tubuh (x_2) terhadap Presentasi Diri Secara <i>Online</i> dan besaran nilai pengaruhnya.....	97
6. Pengaruh variabel independent (Harga Diri dan Citra Tubuh) terhadap variabel dependen (Presentasi Diri secara <i>Online</i>) secara simultan dan variabel independent yang lebih mempengaruhi variabel dependen.....	99
BAB V	104
KESIMPULAN & SARAN	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penilaian Skor Skala Likert.....	53
Tabel 3.2 Sebaran Aitem Presentasi Diri Secara Online.....	54
Tabel 3.3 Sebaran Aitem Skala Harga Diri.....	56
Tabel 3.4 Sebaran Aitem Skala Citra Tubuh.....	58
Tabel 3.5 Kategori Variabel.....	59
Tabel 3.6 Uji Validitas Skala Presentasi Diri Secara Online.....	61
Tabel 3.7 Uji Validitas Skala Harga Diri.....	61
Tabel 3.8 Uji Validitas Skala Citra Tubuh.....	62
Tabel 3.9 Hasil Uji Reabilitas.....	64
Tabel 3.10 Hasil Analisis Deskriptif.....	67
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.2 Analisis regresi linier sederhana variabel harga diri terhadap presentasi diri secara <i>online</i>	73
Tabel 4.3 Analisis regresi linier sederhana variabel citra tubuh terhadap presentasi diri secara <i>online</i>	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi.....	78
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	79
Tabel 4.7 Anova Uji F.....	80
Tabel 4.8 Koefisien & Hasil Uji T.....	81
Tabel 4.9 Kategorisasi Tingkat Presentasi Diri Secara Online.....	84
Tabel 4.10 Kategorisasi Tingkat Harga Diri.....	88
Tabel 4.11 Kategorisasi Tingkat Citra Tubuh.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokdisitas.....	76
Gambar 4.2 Bar Chart Variabel Presentasi Diri Secara <i>Online</i>	85
Gambar 4.3 Bar Chart Variabel Harga Diri.....	89
Gambar 4.4 Bar Chart Variabel Citra Tubuh.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . Skala Penelitian :.....	111
Lampiran 2 . Keseluruhan Skor Aitem Variabel Minat Belajar :.....	120
Lampiran 3 . Keseluruhan Skor Aitem Variabel Kecerdasan Emosional :.....	131
Lampiran 4 . Keseluruhan Skor Aitem Variabel Penyesuaian Diri :.....	135
Lampiran 5 . Hasil Reliabilitas dan Validitas :.....	139
Lampiran 6 . Uji Normalitas :.....	143
Lampiran 7 . Uji Linieritas :.....	143
Lampiran 8 . Uji Multikolinieritas :.....	148
Lampiran 9 . Uji Heterokedasitas :.....	149
Lamiran 10 . Uji Autokorelasi :.....	149
Lampiran 11 . Uji Deskripsi :.....	150
Lampiran 12 . Uji Hipotesis :.....	153
Lampiran 13 . Uji Analisis Regresi Berganda.....	154

ABSTRAK

Annisa Rahma Junaidi. 2021. Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh terhadap Presentasi Diri Secara *Online* pada Pengguna Instagram.
Dosen Pembimbing. Aprilia Mega Rosdiana, M.Si

Idealnya fungsi Instagram adalah untuk berinteraksi melalui video dan gambar. Interaksi dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut (*followers*), *like*, dan komentar. Instagram memungkinkan seorang individu untuk memunculkan perilaku yang berbeda. Mulai dari menampilkan dirinya secara utuh atau justru sebaliknya yaitu presentasi diri palsu yang berbeda dengan kehidupannya sehari-hari. Pentingnya penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Tingkat presentasi diri secara *online* pengguna Instagram. (2) Tingkat harga diri pengguna Instagram. (3) Tingkat citra tubuh pengguna Instagram. (4) Adakah pengaruh harga diri terhadap presentasi diri secara *online* dan seberapa besar pengaruhnya. (5) Adakah pengaruh citra tubuh terhadap presentasi diri secara *online* dan seberapa besar pengaruhnya. (6) Pengaruh harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara *online* dan mana variabel yang lebih berpengaruh terhadap presentasi diri secara *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2017. Kemudian untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dan untuk pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa/i fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2017. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda setelah melakukan uji asumsi dasar atau uji persyaratan dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat presentasi diri secara *online* yang **sedang**. (2) Mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat harga diri yang **tinggi**. (3) Mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat citra tubuh yang **tinggi**. (4) Variabel harga diri tidak memiliki pengaruh signifikan dan memiliki pengaruh senilai 1,4% terhadap presentasi diri secara *online* pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram. (5) Variabel citra tubuh tidak memiliki pengaruh signifikan dan memiliki pengaruh senilai 0,09% terhadap presentasi diri secara *online* pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram. (6) Variabel harga diri dan citra tubuh berpengaruh 1,5% terhadap presentasi diri secara *online* pada pengguna *Instagram* dan variabel harga diri lebih mempengaruhi variabel presentasi diri secara *online*.

Keyword: Presentasi Diri, Harga Diri, Citra Tubuh.

ABSTRACT

Annisa Rahma Junaidi. 2021. Effect of Self-Esteem and Body Image on Self-Presentation *Online* on Instagram Users.

Lecturer. Aprilia Mega Rosdiana, M.Si

Ideally the function of Instagram is to interact with other people through videos and images. Interaction on Instagram is from followers , likes, and comments. Instagram allows an individual to elicit different behaviors. Starting from presenting himself as a whole or just the opposite which is like showing fake self-presentation that is different from his daily life. The importance of this research is to find out: (1) The level of self-presentation of online Instagram users. (2) The level of self-esteem of Instagram users. (3) The level of body image of Instagram users. (4) Is there an effect of self-esteem on online self-presentation and how much influence it has. (5) Is there any influence of body image on online self-presentation and how big is the effect. (6) The effect of self-esteem and body image on online self-presentation and which variables have more influence on online self-presentation.

This research uses a quantitative method. The population in this research were students at Faculty of Psychology in the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang Class of 2017. This reasearch using simple random sampling technique as known as the Slovin formula with a sample of 100 students at Faculty of Psychology in the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang Class 2017. The data collection technique using a questionnaire in google form. The data analysis technique using multiple regression analysis after doing the basic assumptions or requirements test.

The results of this research shows that: (1) The students in faculty of psychology at UIN Malang Class of 2017 who use Instagram have a **medium** level of online self-presentation. (2) The students in faculty of psychology at UIN Malang Class of 2017 who use Instagram have a **high** level of self-esteem.(3) The students in faculty of psychology at UIN Malang Class of 2017 who use Instagram have a **high** level of body image. (4) The self-esteem variable has no significant effect and has 1.4% on online self-presentation unto psychology students at UIN Malang Class of 2017 on Instagram. (5) Body image variable does not have a significant effect and has 0.09% on online self-presentation unto psychology students at UIN Malang Class of 2017 on Instagram. (6) Self-esteem and body image variables have an effect of 1.5% on online self-presentation on Instagram users and self-esteem variables give more influential to online self-presentation variables.

Keyword: Online Self Presentation, Self-Esteem, Body Image

مستخلص البحث

النساء رحما جونايدي. 2021. تأثير احترام الذات وصورة الجسد على العرض الذاتي عبر الإنترنت على مستخدمي أنستغرام.

مشرفة. ابريليا ميغا روزديانا، الماجستير

من الناحية المثالية، فإن وظيفة أنستغرام هي التفاعل من خلال مقاطع الفيديو والصور. التفاعل على أنستغرام هو أن تصبح متابعين وإعجابات وتعليقات. يسمح أنستغرام للفرد باستنباط سلوكيات مختلفة. بدءًا من تقديم نفسه ككل أو العكس تمامًا، أي عرض الذات الزائف الذي يختلف عن حياته اليومية. تكمن أهمية هذا البحث في معرفة: (1) مستوى العرض الذاتي عبر الإنترنت لمستخدمي أنستغرام؛ (2) مستوى تقدير الذات لدى مستخدمي أنستغرام؛ (3) مستوى صورة الجسم لمستخدمي أنستغرام؛ (4) هل هناك تأثير لتقدير الذات على عرض الذات عبر الإنترنت ومدى تأثيره؛ (5) هل هناك تأثير لصورة الجسد على العرض الذاتي عبر الإنترنت ومدى تأثيره؛ و (6) تأثير احترام الذات وصورة الجسد على العرض الذاتي عبر الإنترنت والمتغيرات التي لها تأثير أكبر على العرض الذاتي عبر الإنترنت.

تستخدم هذه الدراسة نهجًا كميًا. كان المجتمع في هذه الدراسة من طلاب كلية علم النفس، جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2017. ثم لأخذ العينات باستخدام تقنية أخذ العينات العشوائية البسيطة ولأخذ العينات باستخدام معادلة *Slovin* بحيث كان عدد العينات 100 طالب من الطلاب كلية علم النفس في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2017. استخدمت تقنية جمع البيانات استنباطًا. تستخدم تقنية تحليل البيانات تحليل الانحدار المتعدد بعد اختبار الافتراضات الأساسية أو متطلبات الاختبار.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى ما يلي: (1) كلية علم النفس في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2017 الذين يستخدمون أنستغرام لديهم مستوى معتدل من العرض الذاتي عبر الإنترنت؛ (2) يتمتع طلاب كلية علم النفس في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2017 الذين يستخدمون أنستغرام بمستوى عالٍ من احترام الذات؛ (3) يتمتع طلاب كلية علم النفس في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2017 الذين يستخدمون أنستغرام بمستوى عالٍ من صورة الجسم. (4) متغير تقدير الذات ليس له تأثير كبير وله تأثير 1.4٪ على العرض الذاتي عبر الإنترنت لطلاب علم النفس في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2017 على أنستغرام؛ (5) ليس لمتغير صورة الجسد تأثير كبير وله تأثير بنسبة 0.09٪ على العرض الذاتي عبر الإنترنت لطلاب علم النفس في جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج دفعة 2017 على أنستغرام؛ (6) تؤثر متغيرات احترام الذات وصورة الجسد بنسبة 1.5٪ على العرض الذاتي عبر الإنترنت على مستخدمي أنستغرام، كما أن متغيرات احترام الذات لها تأثير أكبر على متغيرات العرض الذاتي عبر الإنترنت.

الكلمات الأساسية: عرض الذات، احترام الذات، صورة الجسد

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu fasilitas yang sangat diminati dan banyak diakses oleh pengguna internet adalah media sosial. Media sosial sangat mengubah cara kita berkomunikasi, berhubungan dengan orang lain, dan mengekspresikan diri (Jackson & Luchner, 2017). Pengguna media sosial dapat berbagi foto, video, ataupun pengalaman mereka di media sosial. *Instagram* adalah salah satu media sosial paling populer saat ini. salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah Instagram (Mahendra, 2017). Berdasarkan kutipan Kompas.com instagram per Juni 2018 memiliki 1 Milyar pengguna aktif (Bohang, 2018). Pertumbuhan ini paling signifikan dibandingkan facebook dan snapchat. Ketika seseorang mempunyai akun *instagram* artinya orang tersebut juga akan berinteraksi dengan pengguna *instagram* yang lain dan membentuk sebuah komunikasi. Interaksi dalam *Instagram* adalah dengan menjadi pengikut (*followers*) akun pengguna yang lain dan bentuk *like* serta komentar merupakan sebuah komunikasi dimana semakin banyak *like* dan komentar yang diperoleh maka artinya banyak yang tertarik dengan konten tersebut (Alfindra & Yahya 2017). Karena itu orang mulai memperhatikan konten dan mempersunting nya terlebih dahulu sebelum dikonsumsi oleh publik agar memperoleh *feedback* yang baik. Tidak

sedikit pula orang yang akan menjaga penampilan, jaga *image*, serta perilakunya saat sedang online untuk menjaga harga dirinya di media sosial.

Penggunaan media sosial tersebut membuat perilaku presentasi diri di media sosial menjadi aktivitas yang sangat penting dan individu mulai terbiasa untuk melakukan presentasi diri secara *online*. Presentasi diri dilakukan agar individu dapat diterima dengan baik oleh lingkungan sekitarnya. Agar dapat diterima oleh masyarakat, individu akan melakukan pengelolaan kesan, yaitu proses dimana individu melakukan seleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain suatu image yang diinginkannya (Dayakisni & Hudaniah, 2009).

Selain itu penggunaan media sosial memungkinkan seorang individu untuk memperlihatkan presentasi diri yang berbeda. Mulai dari menampilkan dirinya secara utuh atau sama saat dunia nyata atau justru sebaliknya yaitu presentasi diri palsu yang berbeda dengan kehidupannya sehari-hari (Michikiyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2015). Hal ini sejalan dengan teori Smith dan Sanderson (2015) bahwa dalam mempresentasikan diri secara online individu perlu memiliki kemampuan kesan secara virtual. Bahkan individu perlu melakukan beberapa strategi dalam meningkatkan presentasi diri secara sosial dengan evaluasi yang dapat diterima umpan balik di sosial media (Bareket-Bojmel, 2016).

Instagram merupakan salah satu wadah yang sesuai untuk melakukan presentasi diri online. Faktor-faktor yang ditemukan dalam penelitian ini adalah harga diri

(Rosembeg, 1995), pemuasan diri (Jones & Pittman, 1982), citra tubuh (Mehdizadeh, 2010), popularitas (Raymer, 2015), dll. Setelah Individu melakukan aktifitas mengunggah foto, maka ia akan berharap respon yang positif dari followers/pengikutnya. Sejalan dengan pernyataan Nur, Taufik & Firman (2018) menyatakan bahwa untuk menumbuhkan eksistensi di media sosial instagram, remaja mengunggah foto diri (*selfie*) atau video yang menarik tentang dirinya di media sosial instagram disertai dengan caption atau judul yang memperkuat karakteristik foto yang diunggah. Hal tersebut dilakukan agar dapat memikat pengguna lain untuk memberikan komentar positif atau meninggalkan tanda “*like*” pada foto tersebut.

Hampir setiap individu menginginkan untuk terlihat baik di hadapan individu yang lain, salah satu caranya ialah dengan membentuk kesan kuat di hadapan individu lain. Begitu pula yang terjadi pada mahasiswa Fakultas Psikologi universitas islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017. Mahasiswi bernama Saidatur Rahmatunnisa mengatakan “Setiap orang bahkan aku sendiri ingin selalu terlihat baik didepan orang lain karena siapa tahu suatu saat kita butuh bantuan dia, terus juga selain itu biar nambah temen juga sih” pada wawancara yang dilakukan secara online melalui *whatsapp* tanggal 4 agustus 2021. Sementara itu mahasiswa lain bernama Dela Rahmatunnisa mahasiswa Psikologi Angkatan 2017 UIN Malang mengatakan “Menurutku kalau kaya gitu itu apaya.. sebenarnya wajar wajar aja sih menurutku karena kita gabisa sembarangan nge-judge orang itu misalnya orang itu di kehidupannya nyata atau di sosmed itu beda gitu ya kita gak bisa nge-judge kenapa seseorang

berperilaku kaya gitu karena kita gatau dibelakangnya di aitu kenapa, bisa aja misalnya dia punya pengalaman traumatis yang akhirnya bikin dia gak berani menunjukkan dirinya di sosmed, atau mungkin dia insecure atau anxiety, dan semacam isu isu kesehatan mental lainnya yang membuat mereka akhirnya berperilaku beda di sosial media atau pun kehidupan nyata.” Ucap Dela dalam wawancara yang dilakukan melalui *voice notes whatsapp* tanggal 4 agustus 2021.

Dengan demikian ketika seseorang sedang berada di media sosial atau ketika sedang *online* maka seseorang akan berusaha untuk menampilkan sisi terbaiknya agar timbul kesan yang baik terhadap dirinya, dalam istilah manajemen kesan di bidang Psikologi Sosial hal ini disebut sebagai Presentasi diri secara online. Fenomena tersebut sesuai dengan teori Goffman (1956), yang menerangkan presentasi diri ialah upaya seseorang untuk menimbulkan kesan dirinya terhadap orang lain. upaya menimbulkan kesan tersebut ialah dengan cara menampilkan diri sesuai dengan yang diinginkan oleh orang lain. Goffman (1956) mengibaratkan presentasi diri sebagai sebuah panggung sandiwara yang memiliki *front stage* dan *back stage*. Sementara itu Jones dan Pittman (1982) menyatakan bahwa presentasi diri adalah sebuah upaya untuk menimbulkan kesan terhadap orang lain dan dipengaruhi oleh berbagai macam motif tertentu. Motif-motif tersebut antara lain seperti keinginan untuk dianggap menjadi orang baik dan disukai oleh orang lain, keinginan untuk menunjukkan power atau kekuatannya kepada orang lain, dan juga keinginan untuk dianggap menjadi orang yang berwibawa (Jones & Pittman, 1982).

Seseorang akan mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang sedang berinteraksi dengannya. Saat berinteraksi dengan orang lain khususnya di dunia maya, sering kali perhatian individu tertuju pada bagaimana orang akan menilai perilakunya. Baik dalam mengupload foto maupun cara berkomentar yang baik dan tidak menyinggung orang lain. Usaha untuk mengontrol bagaimana orang lain berfikir sesuai dengan pemikiran individu, sehingga individu tersebut perlu melakukan presentasi diri, yaitu usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap mengenai diri baik secara disadari maupun tidak (Sarwono, 2009).

Setiap orang memiliki cara mempresentasikan diri yang berbeda-beda di media sosial *Instagram*. Sharp & Getz (dalam Dayakisni, 2009) menyatakan hasil penelitiannya terkait dengan gaya presentasi diri bahwa seorang dengan gaya presentasi diri tinggi (high self monitors) mempersepsi diri sendiri sebagai orang yang berhasil dalam memberi kesan pada orang lain. Sedangkan individu dengan gaya presentasi diri yang rendah (low self monitor) lebih menekankan kecocokan dalam kepribadian dan minat daripada mencocokkan dengan daya tarik fisik dalam memilih pasangan. Dalam Schlenker & Weigold (1992) Presentasi diri ini mengacu pada keinginan kita untuk menampilkan sebuah gambaran yang diinginkan, yaitu terhadap penilaian penonton eksternal (orang lain) dan terhadap penilaian penonton internal (diri sendiri) (Myers, 2012).

Adanya persepsi diri yang menganggap bahwa pentingnya penilaian-penilaian seseorang terhadap individu sangat berpengaruh pada penilaian pribadi mengenai

kepantasan diri dalam mengekspresikan melalui tindakan dan penilaian terhadap dirinya sendiri. Penilaian-penilaian yang dilakukan individu ini biasa disebut dengan harga diri (Coopersmith, 2007). Penelitian harga diri yang dilakukan oleh Yosevi Mega Zenita (2020) menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna Instagram yang artinya semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi presentasi diri pada pengguna Instagram. Kemudian penelitian harga diri yang dilakukan Gonzales dan Hancock (2011) yang meneliti tentang efek dari *exposure* atau pendapatan di facebook terhadap *self-esteem*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa partisipan memiliki *self-ideal* nya masing-masing sehingga mereka dapat memilih presentasi diri seperti apa yang akan ditunjukkan kepada teman facebook nya secara leluasa. Adanya hal tersebut kemudian dapat meningkatkan harga diri partisipan di facebook.

Rosernberg (1995) menyatakan bahwa harga diri adalah penilaian dan sikap individu secara menyeluruh terhadap dirinya sendiri, mulai dari penilaian yang bersifat negative sampai positif. Menurut Ryan dan Brown, harga diri adalah perilaku menghargai diri sendiri, contohnya seperti selalu berfikir positif, selalu merasa Bahagia, selalu optimis, dan selalu berusaha mencapai kesuksesan.

Kenyataannya setiap individu ingin menunjukkan bahwa dirinya memiliki harga diri, tidak ada orang yang mau harga dirinya di rendahkan oleh orang lain. Semakin banyak pengakuan yang diperoleh dari orang lain maka seseorang akan semakin merasa di hargai. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cobb (2015) yang

mendefinisikan bahwa harga diri ialah sebagai penilaian seseorang terhadap dirinya, apa yang ia yakini, mulai dari penilaian yang positif sampai penilaian negatif tentang diri mereka.

Untuk memperoleh penilaian yang baik dari orang lain dalam konteks melalui media sosial, tidak sedikit orang akan berusaha agar ia tampil menarik di dunia online mulai dari penampilan hingga perilaku dan orang-orang sangat peduli terhadap Citra tubuh yang akan mereka tampilkan di hadapan orang lain. Fardouly, Willburger, & Vertanian (2017) mengatakan bahwa melalui dua cara Instagram dapat mempengaruhi citra tubuh dan *self-objectification* dalam individu. Diantaranya, yang pertama Instagram adalah platform media sosial yang berbasis gambar dan setiap harinya telah diunggah gambar lebih dari 80 juta gambar, yang kemudian memberikan kesempatan bagi pengguna untuk membandingkan penampilan mereka dengan pengguna lain. Yang kedua karena pengguna sering mengedit dan meningkatkan citra mereka melalui filter yang disediakan dalam media Instagram sebelum memasang pada profil mereka. Gambar di Instagram dapat mempromosikan cita-cita kecantikan pengguna dan juga berakibat bagi pengguna menilai diri asli mereka kurang menarik dibandingkan pengguna lain di Instagram. Semakin bagus citra tubuh yang ditampilkan maka seseorang akan memperoleh banyak pujian, pengakuan, feedback yang baik dari orang lain dan hal itu akan membuat mereka semakin percaya diri dan menambah kualitas harga diri yang dimiliki.

Menurut Ifdil, Denich dan Ilyas (2017) citra tubuh adalah imajinasi subyektif yang dimiliki seseorang tentang tubuhnya, khususnya yang terkait dengan penilaian orang lain, dan seberapa baik tubuhnya harus disesuaikan dengan persepsi. Kemudian citra tubuh adalah persepsi dan sikap sebuah individu terhadap tubuhnya, terutama penampilannya secara fisik (Cash, Fleming, Alindogan, Steadman, & Whitehead, 2002). Pernyataan tersebut berkaitan dengan salah satu fungsi media sosial dalam hal membagikan foto atau postingan lainnya di internet. Karena sebelum membagikan foto-foto tersebut pengguna nya dapat mengedit nya terlebih dahulu agar terlihat menarik. Contohnya seseorang yang memiliki jerawat akan menghilangkan jerawat tersebut agar tidak mengganggu fotonya atau seseorang yang berkulit gelap akan memainkan warna foto supaya tampak lebih cerah.

Pentingnya presentasi diri di media sosial membuat individu akan melakukan apapun untuk menarik perhatian orang lain. Seperti contoh pada kasus seorang wanita asal Los Angeles yang terobsesi dengan media sosial rela melakukan operasi plastik berkali-kali agar terlihat menarik saat melakukan foto *selfie* yang diunggah pada akun media sosialnya (Ningrum, 2014). Lain halnya dengan Wanita asal Tiongkok yang mengunggah foto cantik yang mencerminkan dirinya di media sosial demi mendapatkan pria idaman. Namun ternyata setelah bertemu secara langsung, sang pria sangat kecewa dan marah karena gambaran diri Wanita tersebut tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan di media sosial (Alia, 2015). Kasus ini menunjukkan bahwa citra tubuh sangat penting bagi pengguna media sosial atau Instagram dan menunjukkan

seseorang perlu memikirkan kembali dampak baik ataupun buruk yang terjadi setelah melakukan presentasi diri secara *online*. Dampak positif dalam melakukan presentasi diri di media sosial antara lain dapat menjalin hubungan dengan keluarga maupun teman yang sudah lama tidak bertemu, menambah teman, meningkatkan kesempatan untuk belajar, dan memudahkan untuk berbagi informasi terbaru (O'Keeffe & Pearson, 2011). Sedangkan dampak negatifnya antara lain berkurangnya privasi, percaya diri rendah, mengurangi kemampuan bersosialisasi di dunia nyata, kurang tidur, depresi dan kecemasan, cybercrime bahkan pornografi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan penilaian dan sikap individu secara menyeluruh terhadap dirinya sendiri, mulai dari penilaian yang bersifat negatif sampai positif (Rosenberg, 1995). Sementara itu Mehdizadeh (2010) menyebutkan keleluasaan pembentukan presentasi diri menjadi salah satu faktor presentasi diri seseorang didunia maya yang berkaitan dengan citra tubuh idealnya. Maka dari itu harga diri dan citra tubuh secara bersamaan dapat memprediksi Presentasi diri secara online pada pengguna Instagram.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat presentasi diri secara online pengguna Instagram?
2. Bagaimana tingkat harga diri pengguna Instagram?
3. Bagaimana tingkat citra tubuh pengguna Instagram?
4. Adakah pengaruh harga diri terhadap presentasi diri secara online dan seberapa besar pengaruh nya?

5. Adakah pengaruh citra tubuh terhadap presentasi diri secara online dan seberapa besar pengaruhnya?
6. Bagaimana pengaruh harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara online dan variabel manakah yang lebih berpengaruh terhadap presentasi diri secara online?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat presentasi diri secara online pengguna Instagram.
2. Mengetahui tingkat harga diri pengguna Instagram.
3. Mengetahui tingkat citra tubuh pengguna Instagram.
4. Mengetahui besarnya pengaruh harga diri terhadap presentasi diri secara online dan seberapa besar pengaruhnya.
5. Mengetahui besarnya pengaruh citra tubuh terhadap presentasi diri secara online dan seberapa besar pengaruhnya.
6. Mengetahui pengaruh harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara online dan variabel manakah yang lebih berpengaruh terhadap presentasi diri.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang akurat dan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi serta memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan ilmu psikologi khususnya terkait harda diri, citra tubuh, dan presentasi diri secara online.

2. Bagi penulis

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh harga diri dan citra tubuh terhadap online self presentation pengguna Instagram.
- b. Sebagai salah satu syarat untuk menempuh tugas akhir dan ujian siding guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Presentasi Diri Secara Online

1. Definisi Presentasi Diri Secara *Online*.

Presentasi diri secara online ialah perilaku individu yang tidak dilakukan secara face to face, melainkan hal ini dilakukan secara online untuk memberikan dan membuat orang lain terkesan (Rui dan Stefanone, 2013). Interaksi yang dilakukan bisa dengan siapa saja entah sebelumnya sudah kenal di dunia offline atau bahkan tidak pernah kenal sebelumnya dan hal itu tidak menjadi masalah. Menurut Nastiti & Purworini (2018) konsep dari presentasi diri yang sebenarnya adalah manajemen kesan, dimana setiap individu berusaha untuk menciptakan kesan positif dihadapan orang lain. Individu berusaha untuk menyampaikan tentang diri mereka kepada orang lain bahwa mereka adalah tipe orang tertentu yang mempunyai karakteristik tertentu, dengan mempresentasikan diri mereka secara sadar untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Istilah *presentasi diri* ini telah dikenalkan oleh sosiolog yang dikenal dengan nama Erving Goffman (1959) dalam bukunya yang berjudul *presentation of self in every day life*. Di dalam buku tersebut Goffman menjelaskan bagaimana seorang individu menunjukkan kesan baik yang akan ia tujukan kepada orang lain seperti

penampilan teater. Ibarat seorang pemain teater yang diharuskan pertunjukkan yang baik untuk penontonnya (Goffman, 1959).

Presentasi diri secara online ialah menampilkan individu dari berbagai aspek secara berbeda dari *self* itu sendiri seperti dalam hal nya *real self*, *ideal self*, dan *false self* dalam berinteraksi di media sosial (Michikyan, 2014).

Dapat disimpulkan bahwa presentasi diri secara online merupakan sebuah perilaku individu ketika sedang *online* di media sosial atau tidak dilakukan secara *face to face*. Perilaku yang ditampilkan bertujuan untuk membuat kesan yang baik dihadapan individu yg lain

Presentasi Diri Dalam Perspektif Islam

Presentasi diri lekat kaitannya dengan perilaku, dikutip dari Republika.co.id tanggal 28 April 2020, Nabi Muhammad SAW mengingatkan umatnya soal tiga perkara yang paling dibencinya karena termasuk *al-masmumah* (perilaku buruk), yakni:

Pertama, *al-tsartsaruun* (orang yang banyak celoteh dan suka membual). Golongan pertama yang dibenci Nabi SAW adalah pembual atau pendusta yang banyak bicara serta pandai pula bersilat lidah. Terkadang ucapannya disertai argumentasi logis dan yuridis, namun mengandung kebohongan dan tipuan. Jikalau bicara seenaknya, kurang menjaga adab dan suka menyela pembicaraan. Dalam hal ini Nabi SAW berpesan, "Katakanlah yang baik atau diam." (HR Bukhari). Banyak

berkata tapi sedikit makna dan tidak sesuai fakta, mereka itulah orang-orang munafik yang apabila berkata ia dusta, bila berjanji diingkari, dan bila dipercaya dikhianati (HR Bukhari). Jangan percaya kepada orang yang banyak cakap, tapi minim amal atau tidak sesuai dengan lakunya (QS [61]:2-3):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ
تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ .الصف

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu perbuat ? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tiada kamu kerjakan” [Ash-Shaff : 2 – 3]

Kedua, *al-mutasyaddiquun* (orang yang suka bicara berlebihan kepada orang lain). Golongan kedua yang dibenci Nabi SAW adalah orang berlagak fasih dengan tata bahasa yang menakjubkan. Jika bicara, bumbunya berlebihan hingga tak sesuai kenyataan. Lihai dalam bertutur kata, tapi hanya ingin dapat pujian. Tidak jarang pula, bahasanya indah, namun berbisa (menghinakan). Ia pun susah melihat orang senang dan senang melihat orang susah. Dalam diri manusia ada hati (wadah), akal (pengendali), dan hawa nafsu (keinginan). Jika hati kotor, yang keluar dari lisan pun kotor. Alquran memperingatkan manusia yang perkataannya menarik, tetapi palsu belaka (QS [2]:204).

وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يُعْجِبُكَ قَوْلُهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشْهَدُ اللَّهُ عَلَى مَا فِي قَلْبِهِ
وَهُوَ أَلْدُّ الْخَصَامِ

Artinya: “Dan di antara manusia ada yang pembicaraannya tentang kehidupan dunia mengagumkan engkau (Muhammad), dan dia bersaksi kepada Allah mengenai isi hatinya, padahal dia adalah penentang yang paling keras.” (QS. Al-Baqarah:204)

Ketiga, *al-mutafaihiqun* (orang yang suka membesarkan diri). Golongan ketiga yang sangat dibenci Nabi SAW, yakni orang sombong atau angkuh. Kesombongan pertama adalah ketika iblis menolak sujud kepada Nabi Adam AS, lalu ia pun dikeluarkan dari surga (QS [5]:29-35). Firaun yang mengaku Tuhan (QS [79]:23-25,[28]:38), akhirnya ditenggelamkan di Laut Merah. Qarun yang pongah karena harta kekayaannya (QS [28]:76-82), dilenyapkan ke perut bumi. Raja Namrudz yang menyetarakan diri dengan Allah SWT, justru dimatikan oleh seekor nyamuk (QS [2]:258).

Itulah ketiga perilaku buruk yang harus dihindari oleh umat muslim. Apalagi di era media sosial seperti saat ini memudahkan individu untuk mengatakan dan melakukan apapun yang diinginkan, ucapan tak hanya dari mulut saja namun jemari kita pun saat ini bisa berbicara. Baik perkataan yang mengandung kebaikan, maupun saling sindir hingga fitnah. Padahal, manusia dianjurkan untuk diam daripada mengatakan hal yang tidak baik. Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam dalam sebuah hadis yang diriwayatkan Bukhari bersabda bahwa, keselamatan manusia tergantung pada kemampuannya menjaga lisan (Lentera Ramadhan, 2020).

Hendaknya sebagai umat muslim mencontoh perilaku-perilaku Rasulullah Muhammad SAW yang telah diceritakan melalui al-quran dan hadist kemudian diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Secara alami Nabi Muhammad SAW lembut dan baik hati. Kesopanan dan adab, kasih sayang dan kelembutan, kesederhanaan dan kerendahan hati, simpati, dan ketulusan adalah beberapa kunci dari karakternya yang dapat ditiru oleh umat muslim.

Faktor-Faktor Presentasi Diri Secara *Online*.

Karena topik ini merupakan hal baru jadi belum banyak penelitian yang membahas terkait *Presentasi diri secara online* atau perilaku yang ditampilkan saat sedang online saja dan beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Berikut ialah beberapa faktor yang membuat seseorang berperilaku sedemikian rupa di dunia online: **Pertama**, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Jones dan Pittman (1982), bahwa kelima bentuk *presentasi diri* itu sendiri telah menjelaskan tujuan atau faktor apa saja yang mendorong untuk melakukan hal tersebut, kelima faktor tersebut ialah: *ingratiation* (Hasrat untuk disukai orang lain), *intimidation* (keinginan untuk menunjukkan kuasanya atas orang lain), *self-promotion* (keinginan untuk dihargai oleh orang lain atas kemampuan yang dimiliki), *exemplification* (keinginan untuk dianggap sebagai orang yang dermawan), *supplication* (keinginan untuk mendapatkan simpati dari orang lain). **Kedua**, Popularitas. Raymer (2015) telah membuktikan bahwa intensitas penggunaan sosial media berbanding lurus dengan harga diri, namun

terdapat mediator diantara hubungan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial. Individu dengan harga diri rendah menggunakan media sosial agar dirinya diterima oleh lingkungan sosialnya, sedangkan individu dengan harga diri tinggi menggunakan media sosial untuk menunjang popularitas nya. **Ketiga**, Harga diri. Rosernberg, Schooler, dan Carmi (1995) menyatakan bahwa harga diri (*harga diri*) adalah sikap individu baik positif atau negative terhadap dirinya. **Keempat**, *citra tubuh*. Dikarenakan ketika menggunakan internet penggunaannya tidak terlihat oleh pengguna lainnya maka individu memiliki peluang untuk membentuk serta menampilkan presentasi diri yang ingin di tampilkan.

2. Aspek – Aspek Presentasi Diri Secara *Online*.

Beberapa peneliti sebelumnya menyebutkan ada beberapa aspek dari *Presentasi diri secara online*, seperti Yang dan Bradford Brown (2016) menyatakan bahwa aspek *presentasi diri* terdiri dari beberapa aspek yaitu keluasan informasi, kedalaman informasi, kepositifan, keaslian serta intensionalitas.

- a. Keluasan informasi (*breadth*) yaitu presentasi individu yang mengacu pada banyaknya informasi yang di sediakan, hal ini dapat dilihat dari seberapa banyaknya informasi yang diberikan kepada khalayak umum.
- b. Aspek kedalaman informasi (*depth*) ialah batasan individu tentang sejauh mana informasi yang bersifat *privacy* di bagikan kepada khalayak umum.
- c. Aspek kepositifan (*positivity*) yaitu mengenai jenis informasi apa yang dapat memberi kesan baik untuk memaksimalkan *image* diri.

- d. Aspek keaslian (*authenticity*), mengenai seberapa akurat sebuah informasi disajikan menggambarkan tentang orang yang mempresentasikan dirinya.
- e. Aspek intensionalitas (*intentionality*) ialah tentang sejauh mana seorang individu secara sadar atau sengaja mengungkapkan suatu informasi. Dari kelima aspek yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa aspek- aspek tersebut memiliki fokus pada konten dan isi dari presentasi diri, sementara itu intensionalitas merupakan usaha agar memperoleh perhatian dari orang lain.

Sementara itu menurut Michikiyan (2014) aspek-aspek *Presentasi diri secara online* adalah sebagai berikut:

- a. *Real self*, merupakan sebuah perasaan sesungguhnya yang timbul karena termotivasi oleh internal.
- b. *ideal self*, yaitu atribut atribut ideal dalam diri yang dipahami seperti harapan, aspirasi, dan keinginan dalam diri yang mungkin saja melibatkan versi negative atau positif dalam diri.
- c. *false self*, ialah perasaan atau sebuah tindakan yang dirasa tidak benar untuk diri sendiri yang dilandaskan oleh alasan yang berbeda-beda seperti *deception* (menghidangkan informasi yang tidak sepenuhnya benar), *exploration* (mencoba suatu hal yang tidak biasa dilakukan atau berbeda dari aspek dalam diri), dan *impress other* (membuat orang lain terkesan terhadap dirinya sesuai dengan yang diharapkan)

Aspek -aspek diatas ini merupakan acuan peneliti dalam membuat skala dari *Presentasi diri secara online*.

B. Harga Diri

1. Definisi Harga Diri

Harga diri atau *harga diri* merupakan salah satu hal penting dalam perjalanan hidup individu dalam membentuk konsep dirinya. Menurut pandangan Rosernbeg (1965), harga diri merupakan suatu evaluasi positif ataupun negated terhadap diri sendiri. Dengan kata lain, harga diri adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Harga diri mengandung dua pilar utama, yaitu self-efficacy dan self-respect. Self efficacy berperan sebagai kompetensi fundamental untuk mengatasi tantangan dalam hidup, meliputi keyakinan pada pikiran seseorang dan prosesnya. Sedangkan pengalaman dari self-respect membuat kemungkinan yang penuh dengan kebaikan, perasaan non-neurotis dengan individu lain, dan persahabatan yang mandiri dan saling menghargai. Harga diri yang rendah memiliki andil dalam kemunculan kerentanan psikologis menyeluruh (Durand & Barlow, 2006)

Self-esteem itu sendiri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan citra tubuh. Seseorang yang memiliki self-esteem yang positif akan mengembangkan evaluasi yang positif terhadap tubuhnya, namun sebaliknya seseorang yang memiliki self-esteem yang buruk akan meningkatkan citra tubuh yang negatif (Cash & Pruzinsky, 2002). Coopersmith (1967) menyatakan bahwa

self-esteem merupakan evaluasi individu dan kebiasaan memandang dirinya sendiri, yang mengarah pada penerimaan atau penolakan, serta keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimiliki, atau dengan kata lain self-esteem merupakan penilaian personal mengenai perasaan berharga yang diungkapkan dalam sikap-sikap individu terhadap dirinya. Cobb (2000) juga menyatakan bahwa harga diri (*self-esteem*) merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya, apa yang diyakini, baik penilaian yang positif maupun negatif tentang diri mereka.

Ghufro dan Risnawita (2016) mengatakan harga diri adalah penilaian diri yang dilakukan seseorang terhadap dirinya yang didasarkan pada hubungannya dengan orang lain. Self-esteem merupakan hasil penilaian yang dilakukannya dan perlakuan orang lain terhadap dirinya dan menunjukkan sejauh mana individu memiliki rasa percaya diri serta mampu berhasil dan berguna. Refnadi (2018) menyebutkan bahwa harga diri seseorang tergantung bagaimana dia menilai tentang dirinya yang dimana hal ini akan mempengaruhi perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Secara sederhana harga diri dapat didefinisikan sebagai perasaan orang tentang diri mereka sendiri terkait dengan pentingnya prestasi, hubungan interpersonal yang positif, dan kesejahteraan psikologis (Vohs & Baumeister, 2016).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan penilaian terhadap diri sendiri baik dalam hal positif ataupun negatif dan perilaku ini juga memiliki pengaruh dalam kehidupan sehari-hari.

Harga Diri Dalam Perspektif Islam

Berdasarkan kutipan islam.nu.or.id tanggal 29 oktober 2020 orang yang memiliki harga diri adalah orang yang mampu menampilkan kemuliaan dirinya ('izzah), menjaga kehormatannya (muru'ah), dan menahan diri ('iffah) dari dorongan hawa nafsu, perbuatan maksiat, perilaku yang buruk dan segala sesuatu yang diharamkan oleh syariat. Rasulullah SAW telah lama memberikan rambu-rambu kepada umatnya untuk selalu menjaga kehormatan dan harga dirinya baik ketika mencari penghidupan maupun dalam kondisi apapun. Beliau bersabda:

أطلبوا الحوائج بعزة النفس فإن الأمور تجري بالمقادير

“Mintalah kebutuhan dengan menjaga harga diri, karena semua urusan berlangsung menurut takdir ilahi.” (HR. Ibnu ‘Asakir dari ‘Abdillah bin Basr)

Selain itu, agama Islam juga sangat memperdulikan harga diri umatnya terutama seorang Muslimah. Begitu mahalnya seorang Muslimah, hingga harus ditutup rapat dengan kerudung dan jilbab ke seluruh tubuhnya, kecuali telapak tangan dan wajahnya. Betapa Allah memuliakan wanita Muslimah terdapat dalam ayat:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ
ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: “Hai Nabi katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mu’min: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya [4] ke seluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. (Q.S. Al-Ahzab [33]: 59).

2. Faktor-Faktor Harga Diri

Tingkatan harga diri yang dimiliki oleh seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Du bois (2004) menyatakan latar belakang individu dalam hal status sosial, ras, dan gender dapat berpengaruh pada harga diri.

Coopersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri bisa terbentuk oleh beberapa faktor seperti latar belakang sosial, karakteristik pengasuhan, karakteristik subjek, serta Riwayat dan pengalaman.

a. Latar Belakang Sosial

Latar belakang sosial ialah pengalaman, aturan atau norma, nilai, yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur seorang individu untuk melakukan tugas-tugas sosialnya.

1) Kelas Sosial

Penelitian yang dilakukan oleh Coopersmith (1967) menyatakan orangtua yang berada di kelas sosial atas cenderung mempengaruhi terbentuknya harga diri yang tinggi pada anak. Anak akan merasa senang dan bangga karena keinginan dan kebutuhannya terpenuhi. Sebaliknya, orangtua yang berada di kelas sosial bawah akan berpengaruh pada rendahnya harga diri yang dimiliki oleh anak. Seorang anak akan membandingkan dirinya dengan teman-temannya serta akan merasa kurang berharga karena keinginan dan kebutuhannya tidak terpenuhi.

2) Agama

Hal ini jelas sangat memberikan pengaruh terhadap harga diri seseorang. Agama merupakan kepercayaan ritual yang telah terorganisasi secara sosial dan telah di berlakukan oleh suatu masyarakat. Setiap agama memiliki nilai-nilai dan jumlah pemeluk berbeda dengan agama lainnya.

3) Riwayat Pekerjaan Orangtua

Penelitian yang dilakukan oleh Coopersmith (1967) menunjukkan anak yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi berasal dari keluarga yang orangtuanya memiliki pekerjaan tetap serta meraih prestasi dalam bidangnya. Hal ini membuat anak memiliki kebanggaan tersendiri dan memberikan rasa aman.

b. Karakteristik Pengasuhan

1) Nilai-nilai Pengasuhan

Coopersmith (1967) menyatakan anak yang memiliki harga diri rendah memiliki kecenderungan merasa tertekan oleh orangtuanya daripada anak-anak yang memiliki harga diri tinggi. Nilai-nilai tersebut di persepsi oleh anak dengan respon positif atau negative. Penting untuk menerapkan nilai-nilai positif pada anak oleh orangtuanya karena dalam proses bersosialisasi terkadang mereka (anak-anak) mempunyai sikap yang tidak sesuai dengan ketentuan sosial. Peran orangtua sangat dibutuhkan untuk meluruskan kembali perilaku ataupun sikap sang anak.

2) Riwayat Perkawinan

Riwayat perkawinan orangtua ternyata berpengaruh pada anak. Jika status orangtua pernah mengalami keretakan dan perceraian yang berujung pada kesulitan untuk saling berdamai biasanya akan membuat suasana keluarga menjadi hancur. Individu yang berasal dari keluarga seperti ini biasanya cenderung untuk sulit dalam bersosialisasi daripada individu yang berasal dari keluarga yang utuh. Hal ini sesuai dengan pernyataan Coopersmith (1967) bahwa anak-anak yang berasal dari orangtua tiri dan orangtua wali akan mempunyai tingkat harga diri yang rendah.

3) Harga diri dan stabilitas ibu

Studi yang dilakukan oleh Coopersmith (1995) mengungkapkan anak yang bahagia memiliki orangtua dengan kehangatan dan kesayangan. Artinya hubungan batin dan emosional antara ibu dengan anak sangat erat sehingga dapat mempengaruhi bentuk kepribadian anak termasuk pada tingkatan harga dirinya. Ibu yang memiliki harga diri yang tinggi akan memiliki anak yang harga dirinya tinggi pula. Sementara ibu yang memiliki harga diri rendah cenderung memiliki emosi yang tidak stabil dan hal itu akan tercermin pada anaknya.

4) Peran Pengasuhan Orangtua dan Nilai-Nilai Diri

Pengasuhan yang efektif akan memengaruhi terbentuknya harga diri yang positif yang didapatkan dari peran seorang ayah dan ibu sebagaimana mestinya. Hubungan orangtua dan anak yang baik dan hangat mampu menimbulkan *harga diri* yang tinggi pada anak. Dikarenakan anak akan merasa dirinya dilindungi dan dihargai serta bangga sehingga akan memiliki harga diri yang positif.

5) Interaksi Ayah – Ibu

Pembentukan harga diri yang positif dipengaruhi oleh pola interaksi efektif antara ayah dan ibu. Apabila pola interaksi ayah dan ibu yang kasar dan keras di depan anak-anak maka hal tersebut akan membuat anak merasa tidak

nyaman, tidak aman, takut, tegang, dan tidak memiliki percaya diri. Hal ini menyebabkan anak akan memiliki harga diri yang rendah.

6) Karakteristik Subjek

Karakteristik subjek ialah ciri khas yang dimiliki individu sehingga dapat membedakannya dengan individu yang lain. Karakteristik subjek terdiri dari:

Atribut Fisik

Penelitian Coopersmith (1967) menyatakan anak yang memiliki harga diri rendah cenderung mengalami pertumbuhan fisik yang lebih lambat daripada anak yang memiliki harga diri tinggi. Dikarenakan anak yang terlambat dalam masa pertumbuhannya cenderung memiliki perbedaan dengan teman-temannya yang lain contohnya perbedaan postur tubuh. Hal ini menyebabkan seorang anak malu dan tidak percaya diri untuk berinteraksi dengan teman-teman di sekitarnya akhirnya ia jadi pendiam dan malas bergaul. Keadaan tersebut dapat memengaruhi keadaan dan kepribadiannya serta harga diri yang dimilikinya.

Kemampuan Umum

Kemampuan umum atau yang dikenal sebagai intelegensi ialah salah satu yang dapat memengaruhi harga diri. Individu dengan intelegensi yang tinggi akan memiliki rasa percaya diri, tidak mudah putus asa, serta mampu menghadapi tantangan baru. Individu dengan kepribadian seperti ini di kategorikan sebagai individu yang memiliki harga diri yang tinggi.

Pernyataan Sikap Diri

Pernyataan sikap diri ialah suatu keadaan dimana seseorang menilai dan menyatakan dirinya sendiri. Apabila seseorang menyatakan dirinya sebagai individu yang tidak mampu melakukan tugas-tugas tertentu yang diberikan kepadanya, maka ia akan memunculkan perasaan inferior, tak bernilai, dan sering merasa murung, sedih, malas, hingga depresi. Keadaan seseorang yang seperti ini akan memengaruhi terbentuknya harga diri yang rendah.

Masalah Penyakit

Coopersmith (1967) menyatakan seseorang yang memiliki harga diri yang rendah sering mengeluh dirinya mengalami beberapa gejala seperti penyakit menular, penyakit turunan, nafsu makan turun,, dan sering merasa gelisah. Ini bisa disebabkan karena seseorang merasa penyakitnya sebagai masalah yang serius secara berkesinambungan. Lalu ia akan mengembangkan perasaan pada dirinya bahwa ia adalah seseorang yang tidak berharga.

Nilai-Nilai Diri

Setiap individu menginginkan dirinya dinilai positif oleh orang lain. Namun pada kenyataannya tidak semua orang dapat memberi komentar atau penilaian yang positif dalam kehidupan sosial terhadap dirinya sendiri. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan individu satu dengan individu yang lain. Individu yang dapat melihat dirinya sebagai seseorang yang lebih atau sama dengan orang lain biasanya mempunyai harga diri yang positif.

Aspirasi

Menurut Hanifan (2007) hal yang berkaitan erat dengan aspirasi adalah keberhasilan. Individu yang dapat mencapai keberhasilan sesuai aspirasi atau harapannya akan merasa bangga dan akan menilai dirinya sebagai seseorang yang mempunyai kemampuan, berguna, serta berharga, baik untuk dirinya ataupun orang lain. Dengan keadaan seperti ini individu akan memiliki *harga diri* yang tinggi. Sementara individu yang tidak dapat mencapai aspirasinya akan memiliki *harga diri* rendah dan akan selalu merasa tidak puas dengan dirinya.

7) Riwayat Awal dan Pengalaman

Urutan dan Posisi Keluarga

Seorang anak yang lahir dalam keluarga kecil biasanya akan memperoleh perhatian yang lebih besar dari orang lain seperti kerabat dekat atau keluarga besar dari orangtuanya.

Cara Memberi Makan

Menurut Hanifan (2007) Pemberian jadwal untuk makan yang *flexible* akan memberikan dampak psikologis yang aman yaitu kebutuhan mereka bisa terpenuhi oleh lingkungan. Hal seperti ini dapat meningkatkan kualitas *harga diri* apabila seseorang memperoleh sesuatu yang diinginkannya.

Masalah dan Trauma pada Anak-Anak

Harga diri dapat dipengaruhi oleh masalah atau trauma yang pernah dialami individu sejak masa kecil karena dapat mempengaruhi perkembangan dalam pribadi anak.

8) Hubungan Orangtua – Anak

Pola asuh yang bagus akan meningkatkan harga diri pada anak akan membuat anak memiliki harga diri yang tinggi. Hubungan orangtua dan anak yang baik dapat dinilai dari perilaku dan sikap orangtua dalam menerapkan *rules* pada anak-anak mereka.

3. Aspek-Aspek Harga Diri

Menurut Roserbneg (1969) harga diri memiliki 3 aspek penting dalam individu, di antaranya adalah:

a. Harga Diri Fisik (*Physical Self Esteem*)

Aspek ini bersangkutan dengan keadaan fisik yang di punya oleh individu. Apakah individu tersebut dapat menerima keadaan fisiknya atau kah ada beberapa bagian (fisik) yang ingin dirubah. Ketika seseorang merasa puas pada tampilan yang ada pada dirinya maka tingkat *harga diri* yang dimiliki akan tinggi, namun sebaliknya ketika seseorang merasa kurang cukup pada penampilannya maka tandanya ia memiliki *harga diri* yang rendah.

b. *Harga Diri Sosial (Social Self Esteem)*

Aspek ini bersangkutan dengan adanya kesanggupan seseorang dalam hal sosialisasi. Apakah seseorang tersebut memberi batasan pada orang lain untuk menjadi teman ataukah menerima siapa saja sebagai temannya. Lalu, aspek ini dapat menilai kesanggupan seseorang dalam hal komunikasi dengan orang lain di sekitarnya. Santrock (2002) menyatakan bahwa adanya penghargaan sosial dan dukungan emosional dari orang lain juga mempunyai kekuatan tersendiri dalam memengaruhi *harga diri*. Beberapa individu yang mempunyai *harga diri* yang rendah biasanya berasal dari keluarga yang pernah mengalami sebuah konflik, atau kondisi mereka mengalami pengalaman traumatis seperti dilecehkan, ditolak, dan tidak mendapatkan dukungan. Sehingga hal-hal seperti itu akan mendorong dirinya untuk membatasi pergaulan sosialnya seperti cenderung sangat selektif ketika akan memilih teman.

c. *Harga Diri Kinerja (Performance Self Esteem)*

Aspek ini berkaitan dengan kecakapan dan prestasi individu. Apakah seseorang merasa percaya diri dan puas pada dirinya ataukah tidak. Ketika seseorang merasa bahwa dirinya pandai dan mampu maka ia akan memiliki *harga diri* yang tinggi.

C. Citra tubuh

1. Definisi Citra Tubuh

Citra tubuh menurut Hoyt (2008) diartikan sebagai sikap seseorang terhadap tubuhnya dari segi ukuran, bentuk, maupun estetika berdasarkan evaluasi individual dan pengalaman efektif terhadap atribut fisiknya. Citra tubuh bukan sesuatu yang statis, tetapi selalu berubah. Pembentukannya dipengaruhi oleh persepsi, imajinasi, emosi, suasana hati, lingkungan, dan pengalaman fisik. Dengan demikian, proses komparasi sosial pasti terjadi dalam membentuk citra tubuh. Menurut Hardisuryabrata (1997) citra tubuh bersifat subyektif, sebab hanya didasarkan pada interpretasi pribadi tanpa mempertimbangkan atau meneliti lebih jauh dari kenyataan yang sebenarnya.

Setiap individu memiliki gambaran diri ideal seperti apa yang diinginkannya termasuk bentuk tubuh ideal seperti apa yang dimilikinya. Ketidaksesuaian antara bentuk tubuh yang dipersepsi oleh individu dengan bentuk tubuh yang menurutnya ideal akan memunculkan ketidakpuasan terhadap tubuhnya (Amalia, 2017). Citra tubuh mulai terbentuk jauh sebelum seorang anak mampu mengungkapkan fikiran-fikiran maupun ide-ide nya melalui kata-kata. Melalui kemampuan fisiknya seorang anak mempersepsi dirinya sebagai seseorang yang dapat menyebabkan sesuatu terjadi, misalnya dengan menggunakan tangannya sebagai alat (Amalia, 2017).

Tingkat citra tubuh individu digambarkan oleh seberapa jauh individu merasa puas terhadap bagian-bagian tubuh dan penampilan fisik secara keseluruhan serta menambahkan tingkat penerimaan citra raga Sebagian besar tergantung pada pengaruh

sosial budaya yang terdiri dari empat aspek yaitu reaksi orang lain, perbandingan dengan orang lain, peranan individu, dan identifikasi terhadap orang lain (Thompson, 2000). Pengertian citra tubuh menurut Honigam dan Castle (Januar, 2007) adalah gambaran mental seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, bagaimana seseorang mempersepsi dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan rasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya, dan atas penilaian orang lain terhadap dirinya. Sebenarnya, apa yang dipikirkan dan rasakan olehnya, belum tentu benar-benar mempresentasikan keadaan yang actual, namun lebih merupakan hasil penilaian dari yang bersifat subjektif. Menurut Ifdil, Denich dan Ilyas (2017) body image adalah imajinasi subyektif yang dimiliki seseorang tentang tubuhnya, khususnya yang terkait dengan penilaian orang lain, dan seberapa baik tubuhnya harus disesuaikan dengan persepsi.

Pengertian citra tubuh menurut Arthur (2010) adalah imajinasi subyektif yang dimiliki seseorang tentang tubuhnya, khususnya yang terkait dengan penilaian orang lain, dan seberapa baik tubuhnya harus disesuaikan dengan persepsi-persepsi ini. beberapa peneliti atau pemikir menggunakan istilah ini hanya terkait tampilan fisik, sementara yang lain mencakup pula penilaian tentang fungsi tubuh, Gerakan tubuh, koordinasi tubuh, dan sebagainya. Burn (1993) citra tubuh merupakan gambaran yang dimiliki seseorang mengenai dirinya sendiri sebagai makhluk yang mempunyai fisik, fisik yang di maksud disini adalah bentuk tubuh seorang remaja, karena pada masa

remaja, seseorang akan mengalami pubertas, dimana kita ketahui ketika seorang remaja harus siap menerima perubahan pada dirinya.

Sehingga dapat disimpulkan citra tubuh merupakan pikiran, perasaan dan sikap seseorang mengenai tubuhnya dan pandangannya tentang bagaimana orang lain menilai tubuhnya yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, biologis, historis, sosiokultural dan faktor-faktor individual

Citra Tubuh Dalam Perspektif Islam

Dalam Islam kecantikan fisik bukanlah hal utama yang harus selalu dikejar karena Allah tidak memandang rupa. H.R. Muslim (dalam Husna, 2006) menyebutkan “diriwayatkan dari Amar an-Naqid, dari Katsir Ibnu Hisyam, Ja’far Ibnu Burqan, dari Yazid Ibnu Al-Asham, dari Abu Hurairah, Rasul bersabda, Allah tidak melihat tubuh dan bentuk rupa kalian; Dia hanya melihat hati dan amal kalian”. H.R. Muslim dan An-Nasa’i (dalam Syafi’ie, 2005) mengatakan Rasul bersabda ”Dunia adalah perhiasan dan sebaik-baik perhiasannya adalah wanita shalehah.” Jadi kecantikan dalam alquran dan Islam tidak mengutamakan kecantikan fisik semata, namun yang paling penting adalah kecantikan dari dalam hati dan akhlak yang baik.

Banyak manusia yang menganggap kecantikan hanyalah dari fisik atau lahiriah saja. Sering kali dianggap bahwa wanita yang cantik adalah wanita yang cantik luarnya saja. Sementara itu hatinya tidaklah sesuai dengan kecantikan fisiknya. Konsep itulah yang mendominasi persepsi orang mengenai kecantikan. Tanpa mengetahui konsep

kecantikan yang sesungguhnya (Nia Ridwan, 2012). Allah berfirman dalam QS. AlAhzab ayat 52 bahwa tidak diperboehkan hanya tertarik pada kecantikan secara fisik saja, yaitu:

لَا يَحِلُّ لَكَ النِّسَاءُ مِنْ بَعْدِهَا أَنْ يَبَدَّلَ بِهِنَّ مِنْ أَزْوَاجٍ وَلَوْ أَحَبَبْتَ حُسْنَهنَّ إِلَّا مَا مَلَكَتْ يَمِينُكَ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ رَقِيبًا

“Tidak halal bagimu menikahi wanita-wanita sesudah itu dan tidak boleh (pula) mengganti mereka dengan istri-istri (yang lain), meskipun kecantikan mereka menarik hatimu, kecuali wanita-wanita (hamba sahaya) yang kamu miliki. Dan Allah Maha Mengawasi segala sesuatu.”

Bahkan kecantiakan secara fisik juga dapat menipu. Seperti dalam firman Allah Swt. dalam QS. Al-Munafiqun ayat 4 bahwasanya kecantikan yang memikat dan tutur kata yang manis tidak lebih baik jika kosong imannya.

وَإِذَا رَأَوْهُمُ تَجَنَّبُكَ أَجْسَامُهُمْ وَإِنْ يَقُولُوا تَسْمَعُ لِقَوْلِهِمْ كَأَنْهُمْ خُسْبٌ مُسْنَدَةٌ
يَحْسَبُونَ كُلَّ صَيْحَةٍ عَلَيْهِمْ هُمُ الْعَدُوُّ فَاحْذَرْهُمْ قَاتَلَهُمُ اللَّهُ أَنَّى يُؤْفَكُونَ

“Dan apabila kamu melihat mereka tubuh-tubuh mereka membuatmu kagum, dan jika mereka berkata-kata, kamu mendengarkan mereka. Mereka seakan-akan kayu yang tersandar. Mereka mengira bahwa tiap-tiap teriakan yang keras ditujukan kepada mereka. Mereka itulah musuh (yang sebenarnya), maka waspadalah terhadap mereka, semoga Allah membinasakan mereka. Bagaimanakah mereka sampai dipalingkan dari kebenaran?”

2. Faktor-faktor Citra Tubuh

Menurut Ifdil, Denich dan Ilyas (2017) citra tubuh terbentuk dari sejak individu lahir sampai selama individu hidup. Banyak hal yang dapat mempengaruhi citra tubuh seseorang termasuk pandangan atau penilaian orang lain terhadap penampilan diri sendiri. Beberapa ahli menyatakan ada berbagi faktor yang dapat mempengaruhi citra tubuh seseorang adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan citra tubuh menurut Cash (1994) adalah sebagai berikut :

a. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan faktor yang mempengaruhi dalam perkembangan citra tubuh seseorang (Phares, V., Steinberg, A. R., & Thompson, J. K. 2004; Cash, T. F., Melnyk, S. E., & Hrabosky, J. I. 2004). Cash (1994) menyatakan ketidakpuasan terhadap tubuh lebih sering terjadi pada wanita daripada laki-laki. Pada umumnya wanita, lebih kurang puas dengan tubuhnya dan memiliki citra tubuh yang negatif. Wanita biasanya lebih kritis terhadap tubuh mereka baik secara keseluruhan maupun pada bagian tertentu tubuh mereka daripada laki-laki. Persepsi citra tubuh yang buruk sering berhubungan dengan perasaan kelebihan beratbadan terutama pada wanita. Seorang laki-laki ,lebih memperhatikan masa otot ketika mempertimbangkan citra tubuh mereka. Umumnya citra tubuh yang buruk dapat menyebabkan diet konstan dan diet yang bersifat sementara, obesity, dan gangguan makan serta dapat menyebabkan rendahnya harga diri, depresi, kecemasan dan keseluruhan tekanan emosional. Sebuah penelitian (Cash,1994) menjelaskan sekitar 40-70% gadis remaja tidak puas dengan

dua atau lebih aspek dari tubuh mereka. Ketidakpuasan biasanya berfokus pada jaringan adipose substansial dalam tubuh bagian tengah atau bawah, seperti pinggul, perut dan paha. Di berbagai Negara maju , antara 50-80 % gadis remaja ingin menjadi langsing dan melakukan diet bervariasi dari 20% hingga 60% (Mansfield, L. 2011). Seorang laki-laki juga ingin menghindari bentuk tubuh gemuk, lembek, namun dikalangan lelaki yang tidak puas dengan berat dan bentuk berusaha untuk menambah berat badan untuk mengembangkan lengan atas, dada dan bahu.

D. Media massa

Media massa yang muncul dimana-mana memberikan gambaran ideal mengenai figure perempuan dan lakilaki yang dapat mempengaruhi gambaran tubuh seseorang(Cash, 1994). Tiggeman menyatakan media massa menjadi pengaruh kuat dalam budaya social. Anak-anak dan remaja lebih banyak menghabiskan waktunya dengan menonton televisi dan kebanyakan orang dewasa membaca surat kabar harian dan majalah. Survey media massa menunjukkan 83% majalah fashion khususnya dibaca oleh mayoritas perempuan maupun anak perempuan. Konsumsi media yang tinggidapat mempengaruhi konsumen dalam berbagai cara. Isi tayangan media massa sering menggambarkan standart kecantikan perempuan adalah tubuh yang kurus , dalam hal ini berarti level kekurusan yang dimiliki, kebanyakan wanita percaya mereka adalah orang-orang yang sehat. Media juga menggambarkan gambaran ideal bagi laki-laki adalah dengan memiliki tubuh yang berotot dan perut yang rata. Menurut Longe

(dalam Cash, 1994) citra tubuh dapat dipengaruhi oleh pengaruh luar. Sumber media, seperti televisi, internet, dan majalah sering menggambarkan orang lebih dekat dengan tipe tubuh yang ideal umum diterima daripada citra tubuh rata-rata, untuk menjual produk mereka. Akibatnya, orang-orang, terutama anak-anak dan dewasa muda yang terlalu dipengaruhi dan terpengaruh oleh penggambaran seperti citra tubuh tersebut. Levine dan Smolak (dalam Cash, 1994) menyimpulkan dengan melihat foto-foto model yang langsing membuat gadis dan perempuan merasa buruk tentang tubuh mereka, beberapa penelitian menunjukkan dampak negatif. Secara singkat media menciptakan citra seorang wanita itu langsing pada majalah fashion terbukti menyebabkan sejumlah efek negative secara langsung termasuk perhatian yang lebih besar tentang berat badan, ketidakpuasan tubuh, suasana hati yang negatif, dan penurunan persepsi daya tarik diri.

E. Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal membuat seseorang cenderung membandingkan diridengan orang lain dan feedback yang diterima mempengaruhi konsep diri termasuk mempengaruhi bagaimana perasaan terhadap penampilan fisik. Hal inilah yang sering membuat orang merasa cemas dengan penampilannya dan gugup ketika orang lain melakukan evaluasi terhadap dirinya. Rossen dan koleganya (Cash, 1994) menyatakan feedback terhadap penampilan dan kompetensi teman sebaya dan keluarga dalam

hubungan interpersonal dapat mempengaruhi bagaimana pandangan dan perasaan mengenai tubuh.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi citra tubuh. Sejalan dengan itu, Ifdil, Denich, dan Ilyas (2017) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi citra tubuh adalah :

- 1) **Pengaruh berat badan dan persepsi gemuk/kurus:** Keinginan-keinginan untuk menjadikan berat badan tetap optimal dengan menjaga pola makan yang teratur, sehingga persepsi terhadap citra tubuh yang baik akan sesuai dengan diinginya.
- 2) **Budaya:** Adanya pengaruh disekitar lingkungan individu dan bagaimana cara budaya mengkomunikasikan norma- norma tentang penampilan fisik, dan ukuran tubuh yang menarik.
- 3) **Siklus hidup:** Pada dasar Individu menginginkan untuk kembali memiliki bentuk tubuh seperti masalalu.
- 4) **Masa kehamilan:** Proses dimana individu bisa menjaga masa tumbuh kembang anak dalam kandungan, tanpa ada peristiwa-peristiwa pada masa kehamilan.
- 5) **Sosialisasi:** Adanya pengaruh dari teman sebaya yang menjadikan individu ikut terpengaruh didalamnya.
- 6) **Konsep diri:** Gambaran Individu terhadap dirinya, yang meliputi penilaian diri dan penilaian sosial.

- 7) **Peran gender:** Dalam hal ini peran orang tua sangat penting bagi citra tubuh individu, sehingga menjadikan individu lebih cepat terpengaruh
- 8) **Pengaruh distorsi citra tubuh pada diri individu:** Perasaan dan persepsi individu yang bersifat negatif terhadap tubuhnya yang dapat diikuti oleh sikap yang buruk.

Di antara komponen tersebut, yang memiliki pengaruh lebih besar adalah budaya yaitu keindahan tubuh dan standar tentang tubuh ditentukan oleh masyarakat. Dengan kata lain, masyarakat menilai apa yang dikatakan indah, ideal, dan apa yang tidak. Kecantikan wanita yang ideal telah bervariasi dan berubah sesuai standar estetika jangka waktu tertentu dan sebagian besar wanita telah berusaha untuk mengubah diri mereka sendiri untuk memenuhi citra ideal ini (Thompson, 2000).

Adanya trend mengenai citra ideal dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap tubuhnya, hal tersebut akan membuat individu cenderung membandingkan antara persepsi tubuh dan penampilannya sendiri dengan penampilan ideal yang mereka bayangkan, apabila terdapat kesenjangan yang terlalu jauh antara tubuh nyatanya dengan tubuh idealnya, individu akan merasakecewa, frustrasi, sedih atau merasa ada satu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Penelitian lain menekankan kecenderungan untuk membandingkan penampilan fisik sendiri pada orang lain secara kuat terkait dengan ketidakpuasan tubuh (Thompson, 2000).

Pada studi lain, terdapat indikasi mayoritas variasi dari citra tubuh dan gangguan pola makan bisa dikaitkan dengan kecenderungan untuk menyadari dan menginternalisasikan norma sosiokultural mengenai penampilan yang menarik (Thompson, 2000). Media massa menjadi faktor yang penting dalam membentuk nilai-nilai yang dianut di masyarakat (Wei, R., & Pan, Z. 1999). Melalui media massa, tubuh yang ideal terbentuk di masyarakat. Di Indonesia sendiri dapat dilihat peran media massa mulai mempunyai pengaruh dalam membentuk pikiran tentang penampilan dan citra tubuh, pada iklan-iklan kosmetik sering digunakan model wanita dengan kulit yang putih, tubuh yang langsing, secara tidak sadar masyarakat menganggap tubuh ideal seorang wanita adalah yang memiliki kulit putih dan bertubuh langsing.

3. Aspek-Aspek

Pengukuran pada aspek-aspek citra tubuh berkembang pada bentuknya yang multi dimensional (Cash, 2000). Aspek-aspek berikut ini merupakan acuan dalam pembuatan skala citra tubuh.

a. Persepsi

Dimensi pertama yaitu persepsi, menguraikan tentang bagaimana seseorang mempunyai ukuran, bentuk, dan berat tubuhnya yang ideal. Mengukur estimasi bagian-bagian tubuh secara keseluruhan termasuk pemahaman tentang persepsi pada konsep citra tubuh.

b. Afeksi

Dimensi kedua yaitu afeksi, menguraikan tentang individu yang memiliki perasaan mengenai kondisi tubuhnya. Perasaan ini terhubung pada keadaan penampilan serta bentuk tubuh individu. Afeksi memperlihatkan bagaimana perasaan individu pada penampilan tubuhnya sendiri.

c. Kognitif

Dimensi ketiga yaitu perilaku, dalam pengukuran yang dilakukan pada dimensi perilaku pada citra tubuh mempunyai keterkaitan dengan berat badan, sehingga aitem yang muncul terkait dengan upaya dalam hal menjaga berat badan dengan melakukan diet, berpuasa, bahkan obat pelangsing atau penurun berat badan (Rosa, 2013)

Cash (2002) menyatakan ada lima dimensi citra tubuh diantaranya yaitu:

- a. *Appearance evaluation*** (mengevaluasi penampilan) merupakan penilaian atau evaluasi diri pada penampilan serta keseluruhan tubuh, apakah sudah menarik atau kah belum dan memuaskan atau tidak.
- b. *Appearance orientation*** (mengorientasi penampilan) merupakan perhatian seseorang pada penampilan dirinya dan usaha yang dilakukan agar dapat memperbaiki serta meningkatkan kualitas penampilan dirinya.
- c. *Body area satisfaction*** (kepuasan bagian tubuh) merupakan kepuasan seseorang pada bagian tubuhnya secara detail dan spesifik misalnya kepuasan pada wajah, rambut, tubuh bagian bawah, tubuh bagian tengah, tubuh bagian atas, dan secara keseluruhan dari atas sampai bawah.

- d. ***Overweight preoccupation*** (kecemasan menjadi gemuk) merupakan suatu kewaspadaan individu pada bentuk tubuh dan berat badannya. Individu cenderung takut apabila berat badannya melebihi angka ideal yang diinginkannya sehingga hal ini menimbulkan kecenderungan untuk melakukan diet serta menjaga pola makan.
- e. ***Self-classified weight*** (meng-kategorikan ukuran tubuh), bagaimana individu mengukur dan membuat persepsi terhadap berat badannya dari sangat kurus hingga menjadi sangat gemuk. (Cash, 2002)

4. Pengaruh antara Harga diri dan Citra tubuh terhadap Online Self Presentation.

Saat ini individu tidak hanya hidup di dunia nyata namun juga dunia maya. Instagram merupakan salah satu wadah yang sesuai untuk melakukan presentasi diri online atau online self presentation. Online self presentation merupakan perilaku yang ditampilkan ketika seseorang sedang berada di dunia online atau media sosial.

Media sosial memungkinkan seseorang untuk tampil berbeda-beda. Mulai dari menampilkan diri secara utuh sama seperti saat tatap muka atau justru presentasi diri palsu yang berbeda dengan kehidupannya sehari-hari (Michikiyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2015)

Saat ini *instagram* adalah salah satu sosial media yang paling banyak diminati karena memudahkan individu untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan individu yang lain. Seseorang dapat membagikan segala momen terbaiknya kapanpun yang ia mau di *instagram*. Umumnya sebelum membagikan momen-momen tertentu seseorang

akan mengedit foto maupun video yang akan di posting di *instagram* agar terlihat lebih menarik.

Hal tersebut didukung oleh survey yang dilakukan oleh peneliti yang hasilnya menyatakan bahwa 92 dari 119 orang pengguna *instagram* akan mengedit konten sebelum meng-upload konten tersebut agar terlihat lebih menarik. Contohnya, seseorang yang berkulit gelap akan mengedit warna foto tersebut agar menjadi lebih cerah atau seseorang yang menjaga *image*, perilaku, dan penampilannya di sosial media supaya lebih dihargai, mendapat pujian dan menambah followers nya. Fenomena ini dikenal dengan istilah *citra tubuh*. Semakin bagus *citra tubuh* yang ditampilkan maka seseorang akan memperoleh banyak pujian, pengakuan, feedback yang baik dari orang lain dan hal itu akan membuat mereka semakin percaya diri dan menambah kualitas *harga diri* yang dimiliki.

Secara singkat dapat disimpulkan online self presentation memiliki arti bahwa seseorang ingin tampil dengan sebaik-baik versi dirinya di dunia maya. Apabila tingkat harga diri dan citra tubuh yang dimiliki rendah maka akan timbul keinginan untuk memperoleh pengakuan dari sekitarnya. Dengan menciptakan online self presentation yang ideal maka dapat meningkatkan harga diri dan citra tubuh yang rendah. Hal ini sejalan dengan teori Raymer (2015) yang menyatakan bahwa ketika harga diri individu rendah maka ia akan menggunakan sosial media untuk memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial nya.

Kemudian penelitian *harga diri* atau harga diri yang dilakukan oleh Gonzales dan Hancock (2011) yang meneliti tentang efek dari exposure atau pendapatan di facebook terhadap self-esteem. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa partisipan memiliki *self-ideal* nya masing-masing sehingga mereka dapat memilih presentasi diri seperti apa yang akan ditunjukkan kepada teman facebook nya secara leluasa. Adanya hal tersebut kemudian dapat meningkatkan harga diri partisipan di facebook.

Setiap individu ingin menunjukkan bahwa dirinya memiliki harga diri, tidak ada orang yang mau harga dirinya di rendahkan oleh orang lain. Semakin banyak pengakuan yang diperoleh dari orang lain maka seseorang akan semakin merasa di hargai. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cobb (2015) yang mendefinisikan bahwa harga diri ialah sebagai penilaian seseorang terhadap dirinya, apa yang ia yakini, mulai dari penilaian yang positif sampai penilaian negative tentang diri mereka. Maka dari itu citra tubuh dan harga diri secara bersamaan dapat memprediksi presentasi diri secara online pada pengguna Instagram.

5. Hipotesis Penelitian

Terdapat hipotesis yang diperoleh pada penelitian ini yaitu tidak terdapat pengaruh antara harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara online pada pengguna Instagram.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Cresweel (2010) pendekatan kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang bersifat *pre determined*, analisis serta interpretasi data statistik. Cresweel (2010) juga menyatakan pendekatan kuantitatif ialah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel penduduk yang di minta untuk menjawab sejumlah pertanyaan mengenai survey untuk mengukur frekuensi serta presentasi tanggapann mereka.

Selain itu menurut Sugiyono (2010) metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variable, menguji teori, dab mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan model keputusan yang menggunakan angka.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian *korelasional*. Menurut Azwar (2010) tujuan penelitian korelasional yaitu menyelidiki sejauh mana variasi pada sebuah variable yang berkaitan dengan variasi yang ada pada satu atau lebih variable yang lain. Penelitian korelasional kuantitatif ialah penelitian yang

bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan antara dua variable atau lebih (Arikunto, 2005)

Metode penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk penulis dengan harapan penulis dapat mengarahkan penelitiannya dengan mudah sehingga tujuan dari penelitian ini bisa tercapai.

B. Definisi Operasional & Variable Penelitian

1. Definisi Operasional

Menurut Noor (2011) definisi operasional merupakan bagian yang mengandung definisi dari variable atau konsep yang akan di ukur dengan beberapa indicator yang telah di sepakati, seperti sifat, *attitude*, dan aspek. Menurut Azwar (2012) definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variable penelitian yang telah di rumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variable-variable yang dapat diamati.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa definisi operasional adalah sebuah konsep dari variable penelitian yang terdapat kandungan berupa karakteristik, aspek, sifat, serta perilaku didalamnya.

a. Presentasi diri secara online

Presentasi diri secara online merupakan perilaku mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017 ketika sedang berada di dunia maya atau *online* untuk memberikan dan

membuat orang lain terkesan dalam berinteraksi di dunia maya. Aspek yang dinilai dalam hal ini adalah diri individu sebenarnya yang ingin ditunjukkan di dunia maya (*Real Self*), diri Individu yang ideal (*Ideal Self*), diri individu yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya (*False self*).

b. Harga diri

Harga diri ialah bentuk evaluasi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017 mengenai dirinya sendiri baik dalam hal negatif atau positif yang mengarah kepada penerimaan ataupun penolakan serta keyakinan individu pada kemampuan yang dimiliki dan harga diri ini juga dapat memiliki pengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Harga diri meliputi harga diri sosial, harga diri fisik, harga diri sosial, dan harga diri kinerja.

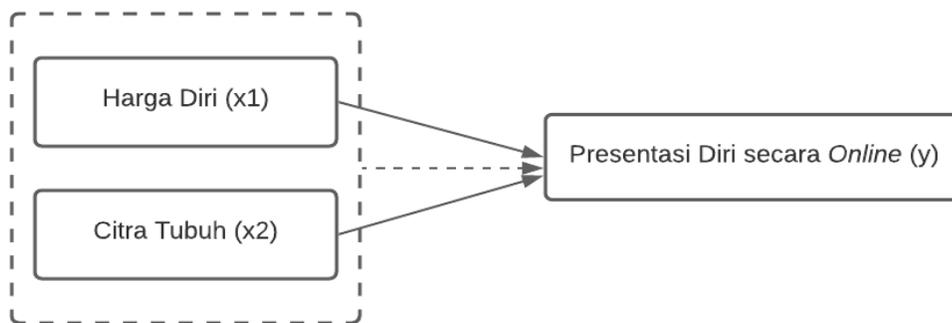
c. Citra tubuh

Citra tubuh merupakan sebuah persepsi dan penilaian mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017 terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya dan penilaian orang lain mengenai dirinya dimulai dari segi ukuran, bentuk, maupun berdasarkan evaluasi individual dan pengalaman efektif dari atribut fisiknya. Kemudian citra tubuh juga merupakan sikap dari mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017 dalam hal menilai dirinya sendiri mengenai tubuhnya berdasarkan penilaian orang lain dan mengukur seberapa baik tubuhnya harus disesuaikan dengan persepsi-persepsi yang ada.

2. Variabel Penelitian

Menurut Arikunto (2010) variable merupakan sebuah obyek penelitian atau sebuah titik perhatian pada suatu penelitian. Variabel dari sebuah penelitian dapat berupa apapun yang variasinya perlu diperhatikan agar dapat diambil sebuah kesimpulan dari suatu fenomena, seumpama kesimpulan mengenai sebab-akibat, kesimpulan mengenai kaitan suatu hal dengan lainnya, kesimpulan mengenai suatu perbedaan, kesimpulan mengenai kecenderungan, dan lain-lain.

Adapun variable yang akan diteliti adalah sebagai berikut:



Keterangan

- > : Pengaruh Parsial
- - -> : Pengaruh Simultan

X1: Variable bebas merupakan faktor penyebab. Variable bebas pertama dalam penelitian ini adalah harga diri

X2: Variable bebas kedua dalam penelitian ini adalah citra tubuh

Y: Variabel terikat merupakan konsekuensi atau faktor akibat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah presentasi diri secara online (*Y*)

C. Populasi dan Sampel Subjek Penelitian

Populasi merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh penulis. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Pernyataan tersebut menjadi salah satu acuan untuk penulis dalam menentukan populasi.

Kriteria populasi yang akan di gunakan dalam penelitian ini ialah mahasiswa psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Negeri Malang yang mana jumlah data nya diperoleh secara resmi dari Fakultas Psikologi UIN Malang secara keseluruhan yaitu berjumlah 242 mahasiswa. Kemudian peneliti hanya mengambil data dari mahasiswa yang memiliki akun Instagram dan aktif membuka aplikasi Instagram minimal 2 kali dalam sehari serta mengunggah story minimal 3 kali dalam waktu seminggu. Alasan memilih populasi tersebut dikarenakan mahasiswa psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Negeri Malang sudah memenuhi standar yang di perlukan dalam proses penelitian ini. seperti diantara mereka sudah memiliki jumlah *followers* yang banyak di Instagram. Kemudian di antara mereka juga ada yang bekerja di bidang kecantikan, fotografi, modelling, bisnis, dll yang tentunya sangat berkaitan dengan teori harga diri, citra tubuh, dan presentasi diri secara *online*.

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di punyai oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Apabila subjek kurang dari seratus, lebih baik diambil semua sehingga penelitian nya merupakan populasi. Tetapi, jika jumlah subjek besar, dapat diambil antara 10-15% atau 15-25% atau lebih (Arikunto,2006). Sementara itu ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30-500 orang (Roscoe, dalam Sugiyono, 2011).

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh mahasiswa psikologi Angkatan 2017 sebanyak 242 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *Slovin* menurut (Sugiyono, 2011) Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n: \frac{N}{1+N (e)^2}$$

n : Ukuran Sampel/Jumlah Responden

N : Ukuran Populasi

E : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk jumlah populasi yang besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk jumlah populasi yang kecil

Jumlah populasi dalam penelitian ini sejumlah 242 mahasiswa, sehingga presentasi kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dbulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{242}{1+242 (0,1)^2} \\ &= \frac{242}{3,42} = 70,7\end{aligned}$$

Hasil 70,7 tersebut disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden dari seluruh total mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang , hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

D. Teknik *Sampling*

Dalam penelitian terdapat teknik untuk pengambilan sample. Menurut (Sugiyoni, 2017) menyatakan bahwa teknik sampel dibutuhkan untuk menentukan jenis sampel apa yang akan dipakai dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang

memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk kemudian dipilih menjadi sampel. Sementara itu *probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling*.

Penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, menurut (Sugiyono, 2017) *simple random sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penulis memperoleh dan mengumpulkan data penelitian menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Kuesioner merupakan suatu pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto, 2006).

Instrument yang akan digunakan untuk membantu penelitian ini adalah kuesioner dengan 3 skala yaitu skala harga diri, skala citra tubuh, dan skala Presentasi diri secara online.

Untuk pemberian skor pada setiap variable peneliti menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai. Nilai bobot yang diberikan berkisaran pada rentang nilai 1 sampai 4 seperti pada tabel dibawah ini (Sugiyono, 2007)

Pada penelitian ini terdapat 2 jenis pernyataan dalam instrument penelitian yaitu *Favorable* dan *Unfavorable*. Pernyataan *favorable* adalah pernyataan yang sesuai dengan aspek penelitian dan mendekati hal positif,

Sedangkan pernyataan *unfavorable* berkaitan dengan pernyataan yang tidak sesuai dengan aspek penelitian.

Tabel 3.1
Penilaian Skor Skala Likert

Jawaban	Skor	Skor
	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga instrument yang digunakan, Adapun instrument tersebut sebagai berikut:

1. Skala Presentasi diri secara online

Skala Presentasi diri secara online yang digunakan terdiri dari 3 aspek yaitu real self, ideal self, dan false self. Dengan menggunakan skala *likert* dan terdapat empat pilihan jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS) yang terdapat aitem favorable dan unfavorable. Adapun sebaran aitem pada skala minat belajar dijelaskan pada tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Sebaran Aitem Presentasi Diri Secara Online

Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
	Individu merasa ingin diterima oleh lingkungan sosial secara <i>online</i> dengan tidak	1,2,3,4,5, 10	6,7,8,9	10
Diri Sebenarnya yang tidak ditunjukkan (<i>Real self</i>)	menunjukkan <i>real self</i> nya. Individu ingin dihargai oleh lingkungan sosialnya secara <i>online</i>	11	12,13	3
	Individu ingin mendapatkan simpati oleh orang lain secara <i>online</i> .	14,15,16, 18,20	17,19	7
Diri Ideal (Ideal Self)	Individu berharap orang lain melihat kualitas terbaik dirinya secara <i>online</i>	21	22	2

	Individu berharap orang lain terkesan pada pribadinya secara <i>online</i> .	23,24,25,26 30,31	27,28,29	7
	Individu menyajikan informasi yang tidak sepenuhnya benar tentang perasaan/tindakannya secara <i>online</i> .	34	32,33,35	4
Diri yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya (False Self)	Individu mencoba pengalaman yang berbeda dari sebenarnya untuk menarik simpati orang lain secara <i>online</i> .	36,37,40 41	38,39	6
	Individu menyajikan informasi yang tidak sepenuhnya benar untuk membuat orang lain terkesan.	42	43,44 45	3
Total				45

2. Skala Harga Diri

Skala *Harga diri* yang digunakan terdiri dari 3 aspek yaitu harga diri fisik, harga diri sosial, dan harga diri kinerja.. Skala ini menggunakan jenis skala *Likert* yang didalamnya terdapat aitem *favorable* dan *unfavorable* serta terdapat empat pilihan jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Adapun sebaran aitem pada skala harga diri dijelaskan pada tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Sebaran Aitem Harga Diri

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Harga diri fisik (<i>Physical Self Esteem</i>)	Individu merasa puas dengan dirinya secara fisik.	1,2,3,7	4,5,6	7
	Individu merasa memiliki fisik yang menarik	8,9,10	11,12	5
Harga diri sosial	Individu mampu beradaptasi dengan baik	13,14,15,16	17,18	6

(<i>Social self esteem</i>)	Individu mampu berinteraksi di lingkungan sosialnya	19,20	21,22,23	5
Harga diri kinerja	Individu menyukai tantangan yang dapat mengembangkan potensinya.	24,25	26,27	4
(<i>Performance self esteem</i>)	Individu menghargai proses dalam mengerjakan pekerjaan.	28,29,30,33	31,32	6
Total				33

3. Skala Citra Tubuh

Skala citra tubuh ini digunakan untuk mengukur *citra tubuh* pengguna Instagram. Dalam skala ini terdapat 3 aspek *citra tubuh* yaitu persepsi, afeksi, dan kognitif. Skala ini terdiri dari aitem-aitem favorable dan aitem-aitem unfavorable

Skala ini terdapat empat pilihan jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), Tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Adapun sebaran aitem pada skala citra tubuh dijelaskan pada tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 3.4**Sebaran Aitem Skala Citra Tubuh**

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Persepsi	Individu menerima ukuran dan bentuk tubuhnya yang ideal	1,2,3	4,5,6	6
	Individu menganggap bahwa penampilannya menarik dihadapan orang lain.	7,8,9,12	10,11	6
Afeksi	Individu merasa percaya diri dengan kondisi tubuhnya	13,14,15 16,17,18 19,23	20,21,22	11
	Perasaan individu ketika menerima tanggapan/ <i>feedback</i> positif dari orang lain.	24,27	25,26	4
	Kognitif	Individu termotivasi untuk menjaga berat badan secara ideal.	28,29,30,31 32	33,34,35

Individu termotivasi untuk hidup sehat	36,37	38,39	4
Total			39

Nilai untuk rata rata dari setiap responden, baik untuk instrument presentasi diri secara online, harga diri, dan citra tubuh dapat dikelompokkan dalam kelas interval dengan jumlah kelas = 4, Adapun cara menghitungnya dengan rumus:

$$Interval = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Maka pada penelitian ini memiliki interval = 0,75 yang diperoleh dari perhitungan rumus diatas. Oleh karena itu, skala yang bisa dibuat dari distribusi kriteria untuk masing-masing variable baik variable terikat ataupun variable bebas, yaitu:

Tabel 3.5

Kategori Variabel

Interval	Kategori Presentasi Diri Secara Online	Kategori Harga Diri	Kategori Citra Tubuh
1,00 – 1,75	Sangat rendah	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak baik
1,76 – 2,50	Rendah	Tidak Baik	Tidak Baik

2,51 – 3,25	Tinggi	Baik	Baik
3,26 – 4,00	Sangat Tinggi	Sangat Baik	Sangat Baik

F. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Untuk menganalisa data terhadap hubungan antara variable X dan variabel Y pada penelitian ini, menggunakan teknik statistik dengan memakai Analisa korelasi. Apabila kenaikan nilai variable X akan selalu disertai kenaikan nilai variable Y , sebaliknya turunnya nilai variable X selalu diikuti oleh turunnya nilai variable Y , maka hubungan seperti itu disebut hubungan yang positif. Namun sebaliknya, apabila nilai suatu variable X yang tinggi selalu disertai oleh variable Y yang rendah nilainya, dan sebaliknya, apabila nilai variable X yang rendah selalu diikuti dengan nilai variable Y yang tinggi, hubungan diantara kedua variable tersebut ialah negatif (Sutrisno Hadi, 2004). Adapun hasil pengukuran validitas instrument penelitian ini dijelaskan pada tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.6

Uji Validitas Skala Presentasi Diri secara *Online*.

Aspek	Nomor Aitem Valid	Jumlah
Diri Sebenarnya yang tidak ditunjukkan (<i>Real self</i>)	7,8,10,11,14,16,20	7
Diri Ideal (<i>Ideal Self</i>)	23,24,25,26,27,28	6
Diri yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya (<i>False Self</i>)	30,31,32,35,36,37 40,41,42,44	10
Total		23

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas skala presentasi diri secara online menunjukkan hasil bahwa terdapat 22 aitem gugur dari 45 aitem yang tersedia, oleh karena itu aitem yang valid pada skala presentasi diri secara online ini sebanyak 23 aitem. Aitem yang dikatakan valid diperoleh berdasarkan dari r hitung $>$ dari r tabel.

Tabel 3.7

Uji Validitas Skala Harga Diri

Aspek	Nomor Aitem Valid	Jumlah
Harga diri fisik	1,3,4,6,11,12	6

<i>(Physical Self Esteem)</i>		
Harga diri sosial	13,15,17,18,19,20,21,22	8
<i>(Social self esteem)</i>		
Harga diri kinerja	25,26,27,28,29,30,33	7
<i>(Performance self esteem)</i>		
Total		21

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas skala harga diri menunjukkan hasil bahwa terdapat 12 aitem gugur dari 33 aitem yang tersedia, oleh karena itu aitem yang valid pada skala harga diri ini sebanyak 21 aitem. Aitem yang dikatakan valid diperoleh berdasarkan dari r hitung > dari r tabel

Tabel 3.8
Uji Validitas Skala Citra Tubuh

Aspek	Nomor Aitem Valid	Jumlah
Persepsi	1,2,5,7,11,12	6
Afeksi	13,14,15,16,17,19,21,23	9
	26	
Kognitif	36	1
Total		16

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas skala citra tubuh menunjukkan hasil bahwa terdapat 20 aitem gugur dari 36 aitem yang tersedia, oleh karena itu aitem yang valid pada skala citra tubuh ini sebanyak 16 aitem. Aitem yang dikatakan valid diperoleh berdasarkan dari r hitung > dari r tabel

2. Uji Reabilitas

Untuk menguji reabilitas dalam penelitian ini peneliti dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha* digunakan untuk mencari reabilitas intrumen yang skornya bukan 1 atau 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

Rumus *Alpha Cronbach*:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2_{XL}}{\sigma^2_X} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : koefisien reabilitas *alpha*

k : jumlah aitem pertanyaan

$\sum \sigma^2_b$: jumlah varian butir

σ^2_t : varians total

Adapun hasil uji reabilitas pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.9
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
Harga Diri (x1)	0,853	Reliabel
Citra Tubuh (x2)	0,828	Reliabel
Presentasi diri Secara <i>Online</i> (y)	0,659	Reliabel

Berdasarkan pada tabel 3.9 hasil uji reabilitas yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* instrument pada masing-masing aitem, memperoleh hasil nilai di atas nilai yang telah di isyaratkan yaitu 0,600. Perhitungan tersebut dikerjakan dengan menghitung rata-rata interkorelasi antara butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Berdasarkan hasil uji reabilitas dengan menggunakan pengolahan data statistic yaitu SPSS 23.00 *for windows*, maka diperoleh nilai *Cronbach's alpha* pada variable harga diri (x1) sebesar 0,853, variable citra tubuh(x2) sebesar 0,828, dan variabel Presentasi diriSecara *Online* (y) sebesar 0,659. Oleh karena itu instrument penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel digunakan karena mempunyai tingkat keandalan yang baik.

G. Analisa Data

Analisis data ialah suatu proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014).

Analisis data berfungsi untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti yang kemudian untuk mengetahui pengaruh antara variable independent (X^1 , X^2) terhadap variable dependant (Y). Dalam penelitian ini teknik Analisa data memakai bantuan program IMB SPSS 23.0 *for windows*.

1. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif di pakai untuk menggambarkan mengenai fakta yang ada secara sistematis dan factual. Metode yang dipakai ialah sebagai berikut: hasil pengoperasian variable disusun dalam bentuk pernyataan (kuesioner). Dimana variable X^1 , X^2 , dan Y setiap aitem dari kuesioner tersebut mempunyai empat jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.

Setiap pilihan pada jawaban akan diberikan skor, maka dari itu responden harus menggambarkan melalui pernyataan mendukung (*favorable*) atau pernyataan tidak mendukung (*unfavorable*).

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui suatu nilai dari variable independent dan variable dependen. Dalam analisis ini dilakukan pembahasan mengenai bagaimana pengaruh harga diri dan citra tubuh pada presentasi diri secara online pengguna Instagram, dengan rumus sebagai berikut:

Rata-rata Hitung (*mean*)

Mean ialah teknik penjelasan kelompok berdasarkan nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Rata-rata hitung (*mean*) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{X} = \frac{\sum \mathbf{Xi}}{\mathbf{n}}$$

X = Mean (Rata-rata)

$\sum Xi$ = Jumlah nilai X hingga ke n

n = Jumlah sampel

Standar Deviasi

Standar deviasi dari data yang telah disusun pada tabel distribusi frekuensi atau data bergolong dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{S} = \frac{\sqrt{\sum fi (Xi - X)^2}}{(\mathbf{n} - 1)}$$

S = Simpang baku

X_i = Nilai X ke i sampai n

X = Rata-rata nilai

n = Jumlah sampel

Tabel 3.10
Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
presentasi diri	100	36	77	51.16	7.506
harga diri	100	37	84	62.93	9.195
citra tubuh	100	31	62	47.03	7.083
Valid N (listwise)	100				

Dari output tabel 3.10 diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel presentasi diri (y) dengan jumlah data sampel (N) **100** memiliki nilai minimum **36**, nilai maksimum **77**, nilai rata – rata (*mean*) **51.6** , dan standar deviasi 7.506. Lalu untuk variabel harga diri (x1) dengan jumlah data sampel (N) **100** memiliki nilai minimum **37**, nilai maksimum **84**, nilai rata-rata (*mean*) **62,93** , dan nilai standar deviasi **9,195**. Kemudian variabel citra tubuh (x2) dengan jumlah data sampel (N) **100** memiliki nilai minimum **31**, nilai maksimum **62**, nilai rata-rata **47,03** , dan standar deviasi **7,083**.

BAB IV

HASIL & PEMBAHASAN

A. Profil Umum Objek Penelitian

1. Profil Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang salah satu Lembaga Pendidikan Perguruan Negeri yang berada di bawah naungan Departemen Agama, dan secara akademik berada di bawah pengawasan Departemen Pendidikan Nasional. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang mempunyai tujuan sebagai tempat pencetak sarjana Muslim/Muslimah yang memiliki dasar keilmuan Psikologi dari sumber khazanah ilmu-ilmu dalam Islam. Pembukaan Fakultas Psikologi UIN Malang dimulai pada tahun 1997/1998 yang mana kedudukannya sebagai jurusan disaat UIN Malang masih Menyandang kedudukan sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang.

Untuk menambah profesionalitas dalam mendukung proses belajar mengajar pada program studi Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang kemudian bekerjasama dengan Fakultas Psikologi Universitas Gajha

Mada (UGM). Kerjasama yang dilakukan selama lima tahun ini diantaranya melakukan pencakokan dosen pembina mata kuliah dan penyelenggaraan Laboratorium.

Tahun 2002, status Fakultas mulai disandang yang awalnya berstatus jurusan menjadi Fakultas Psikologi yang kemudian diperkuat dengan berubahnya status SAIN Malang menjadi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagaimana tercantum pada SK Menteri Agama RI No. E/353/2002 tanggal 17 Juli 2002.

Visi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menjadi Program Studi Psikologi terkemuka dalam Psikologi integrasi yang berkarakter Ulul Albab, berwawasan Nusantara dan berdaya saing di dunia global.

Misi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

- a. Menghasilkan Sarjana Psikologi Islami yang mampu mengintegrasikan teori barat dan Islam.
- b. Mencetak sivitas akademika yang memiliki kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan profesional.
- c. Melaksanakan pendidikan Psikologi bercirikan Islam yang Inovatif dan aplikatif.
- d. Mengembangkan keilmuan yang dapat memajukan kesejahteraan bersama.
- e. Mampu bersikap dan cara pandang yang sesuai dengan Pancasila dan UUD 1945.

- f. Menjadikan lulusan yang siap bersaing dengan perkembangan zaman secara profesional.
- g. Menyelenggarakan penelitian di bidang ilmu Psikologi yang ber-reputasi Internasional.

2. Waktu dan Tempat Penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2021. Penyebaran skala dilakukan menggunakan *Google Form* yang disebar menggunakan chat pribadi *whatsapp* kepada 100 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2017 yang aktif menggunakan Instagram. Ketiga skala tersebut disebar di waktu yang bersamaan,

3. Subjek Penelitian

Responden seluruhnya dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2017 yang aktif menggunakan Instagram dengan kriteria aktif membuka aplikasi Instagram minimal 2 kali dalam sehari serta mengunggah story minimal 3 kali dalam waktu seminggu.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda dalam analisis dapat memenuhi asumsi klasik atau tidak, sebelum melakukan uji berikutnya

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini bertujuan untuk menguji model regresi apakah variabel bebas, variabel terikat atau keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik memiliki distribusi data normal atau mendekatinya. Uji normalitas merupakan salah satu syarat dalam analisis parametrik, normalitas data menjadi hal yang penting dalam penelitian ini dikarenakan apabila data yang diuji memiliki distribusi yang normal, maka data itu bisa mewakili sampel. Pada uji normalitas ini peneliti menggunakan metode *one sample kolmogorov-smirnov* dengan melihat hasil perhitungan dari *Asmp. Sig(2-tailed)* (Priyatno, 2014:69). Dengan formula jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka data berdistribusi dengan Normal sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal. Adapun hasil Uji Normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas

Variabel	KS	Sig.	Status
Presentasi	0,93	0,32	Normal
Diri			
Secara			
Online			
Harga	0,96	0,23	Normal
Diri			
Citra	0,52	0,200	Normal
Tubuh			

Pada tabel 4.1 diatas peneliti memperoleh hasil nilai bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal dengan ($\text{sig} > 0,05$) dengan nilai output *Asmp. Sig* pada variable Presentasi diri secara Online sebesar **0,32** , variable harga diri sebesar **0,23** , dan variable citra tubuh sebesar **0,200**. Dengan demikian skor dari variable penelitian ini memperoleh skor Normal.

b. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.

Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun hasil uji analisis regresi linier sederhana ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Analisis regresi linier sederhana variabel harga diri terhadap presentasi diri secara *online*.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.120 ^a	.014	.004	7.490

a. Predictors: (Constant), harga diri

Dari tabel 4.2 tersebut nilai R square menunjukkan nilai sebesar 0,014 atau 1,4% yang mana artinya variabel harga diri berpengaruh sebesar 1,4% terhadap variabel presentasi diri secara *online*.

Tabel 4.3

Analisis regresi linier sederhana variabel citra tubuh terhadap presentasi diri secara *online*.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.097 ^a	.009	-.001	7.509

a. Predictors: (Constant), citra tubuh

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R square sebesar 0,009 atau 0,09%. Artinya variabel citra tubuh hanya memiliki pengaruh 0,09% terhadap presentasi diri secara *online*. Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel harga diri memiliki pengaruh yang lebih besar disbanding variabel citra tubuh.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan di temukan korelasi kuat antara variabel bebas. jika terjadi korelasi kuat, maka ada masalah multikolinieritas yang harus ditangani. Adapun cara mengukur Multikolinieritas ini dapat diuji dengan melihat besaran VIF (variance inflation factor). Jika nilai tolerance pada suatu variabel lebih kecil dari 0,10 atau VIF lebih besar dari 10, maka terjadi Multikolinieritas. Sedangkan Jika nilai tolerance pada suatu variabel lebih tinggi dari 0,10 atau VIF kurang dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga Diri (x1)	0,564	1,772	Tidak Terdapat
Citra Tubuh (x2)	0,564	1,772	Multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas hasil yang diperoleh yaitu nilai toleransi pada masing-masing variable bebas (x1) dan (x2) adalah memperoleh 0,564 untuk harga diri (x1) dan 0,564 untuk citra tubuh (x2) terhadap presentasi diri secara online (y) dengan nilai VIF masing-masing variable bebas (x1) dan (x2) sebesar 1,772 yang mana nilai tersebut berada pada kisaran 0,10 sampai 10, maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa antara kedua variable bebas penelitian tidak terdapat multikolinieritas

d. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk mengetahui pada penelitian ini apakah varian residual nya tidak sama dengan pengamatan di dalam model regresi, regresi yang baik akan mendapatkan hasil tidak terjadinya heteroskedastisitas. Pada uji ini peneliti menggunakan metode grafik yang mana dalam pengambilan kriteria hasil nya sebagai berikut:

- a. Jika pada gambar membentuk titi tertentu atau pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka pada penelitian itu terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak terbentuk pola tertentu atau tidak jelas,
- c. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja

- d. Titik pada gambar menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0 maka penelitian itu tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2014:108-113)

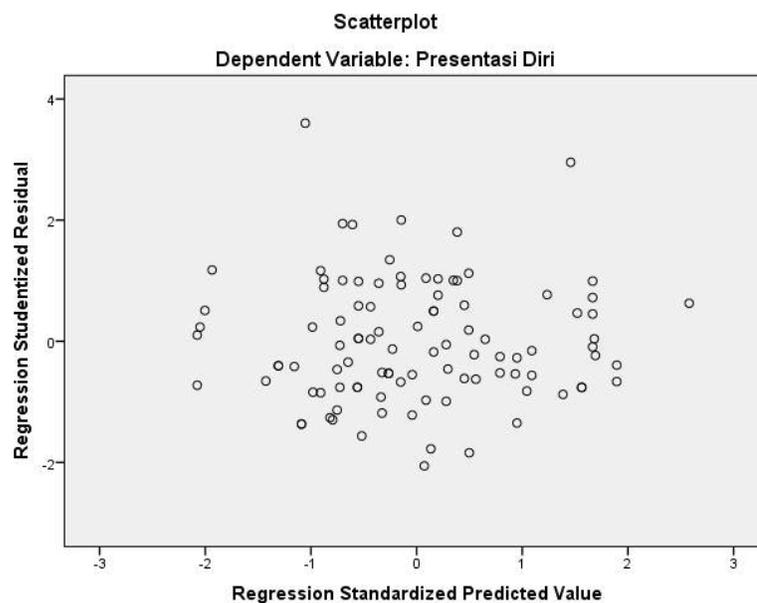
Adapun hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Heterokedisitas

Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh pada Presentasi Diri secara *Online* di

Instagram



Berdasarkan hasil gambar diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pembentukan pola yang jelas (lurus, melengkung, naik,dll), penyebaran titik-titik terjadi secara acak, kemudian titik pada gambar

menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya heterokedasitas pada model regresi, sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi presentasi diri secara online pada mahasiswa psikologi Angkatan 2017 UIN Malang di Instagram berdasarkan masukan variable Independennya.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi keterkaitan antara satu sama lain anggota data observasi yang dilihat dari waktu (time series) atau ruang (cross sectional), metode yang digunakan dalam uji autokorelasi dengan metode uji durbin-watson. Maka apabila hasil uji regresi menunjukkan angka D-W dibawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif, sedangkan apabila D-W di antara -2 sampai +2 maka tidak ada korelasi, dan jika D-W diatas +2 maka ada autokorelasi negatif (santoso, 2002:218-219).

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.122 ^a	.015	-.005	7.526	1.720

a. Predictors: (Constant), citra tubuh, Harga diri

b. Dependent Variable: Presentasi Diri

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi pada model persamaan regresi yang mana dhasil tersebut ditunjukkan dari angka D-W berada di antara -2 sampai +2 dengan memperoleh hasil *Durbin-Watson* sebesar 1,7520

3. Uji Hipotesis

Sesuai dengan hasil perhitungan dengan program SPSS, setelah nya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dikerjakan dengan pengujian statistik. Menurut Kuncoro (2001:97) “ketepatan model regresi dalam menafsirkan dapat dilihat dari statistik t, nilai statistik F dan koefisien determinasinya (R²).

Hipotesis pada penelitian ini adalah (H_a) adanya pengaruh antara harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara *online* dan (H_0) Tidak ada pengaruh antara harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara *online*. Ringkasan hasil analisis regresi dalam rangka menguji hipotesis tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.6
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.122 ^a	.015	-.005	7.526	1.720

a. Predictors: (Constant), citra tubuh, Harga diri

b. Dependent Variable: Presentasi Diri

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variable harga diri (x_1) dan citra tubuh (x_2) dengan presentasi diri secara *online* diperoleh nilai R Square senilai 0,015 atau 1,5% dari hasil ($r^2 \times 100\%$). Artinya harga diri dan citra tubuh dipengaruhi oleh presentasi diri secara online sebesar 1,5% dan sisanya 98,5% dipengaruhi faktor lain selain harga diri dan citra tubuh (*disturbance variable/error term*).

Tabel 4.7
Anova untuk Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82,813	2	41,407	,731	,484 ^b
	Residual	5494,627	97	56,646		
	Total	5577,440	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai F hitung senilai **0,731** dengan tingkat signifikansi **0,484** sedangkan nilai F tabel yang akan ditentukan berdasarkan nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%, sehingga dapat dikatakan nilai F tabel = **3,09**. Maka nilai F hitung < F tabel (**0,731 < 3,09**) dan Uji F > 0,05 (**0,731 > 0,05**) maka H₀ diterima yang artinya variable harga diri (x1) dan citra tubuh (x2) tidak berpengaruh terhadap presentasi diri secara *online*.

Tabel 4.8
Koefisien dan hasil uji T

		Coefficients^a						
		Unstandardized		Standardized		Collinearity		
		Coefficients		Coefficients		Statistics		
		Std.				Toleran		
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	ce	VIF
1	(Constant)	57.801	5.651		10.229	.000		
	harga diri	-.081	.110	-.099	-.737	.463	.564	1.772
	citra tubuh	-.033	.142	-.031	-.234	.816	.564	1.772

a. Dependent Variable: presentasi diri

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji T atau Uji Parsial dan menggunakan probabilitas (sig t) dengan kriteria apabila $\text{sig } t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang mana artinya tidak ada pengaruh antar variabel independen (Bebas) terhadap Variabel dependen (terikat) secara jelas. Sebaliknya apabila sesuai tabel diatas mendapatkan hasil $\text{sig } t < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi ada pengaruh

secara parsial antara variabel independen (Bebas) terhadap Variabel dependen (terikat) secara jelas.

Dari tabel 4.8 untuk variable harga diri (x1) diatas menunjukkan hasil t hitung < t tabel (**-0,737 < 1,661**) dan signifikansi > 0,05 (**0,463 > 0,05**) yang artinya dengan ini H₀ diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara harga diri (x1) terhadap presentasi diri secara *online* pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017.

Kemudian untuk variable citra tubuh (x2) pada tabel 4.8 menunjukkan hasil t hitung < t tabel (**-0,234 < 1,661**) dan signifikansi > 0,05 (**0,816 > 0,05**) yang artinya dengan ini H₀ diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh secara parsial antara citra tubuh (x2) terhadap presentasi diri secara *online* pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017.

C. Pembahasan

1. Tingkat Presentasi Diri Secara Online Pengguna Instagram

Untuk mengetahui tingkat presentasi diri secara online peneliti dibantu dengan cara menggunakan cara deskripsi kategori data yang mana cara tersebut digunakan untuk mengetahui tinggi, sedang, dan rendah nya kategori sebuah variabel. Pada kategori data ini digunakan rumus hitungan sebagai berikut:

Diketahui:

Jumlah aitem valid	Skor Tertinggi Aitem	Skor Terendah Aitem
$\sum i$	iMax	iMin
23	4	1

a. Menghitung Rerata:

$$\begin{aligned}
 \text{Rerata} &= \frac{1}{2} (i\text{Max} + i\text{Min}) \sum i \\
 &= \frac{1}{2} (4 + 1) 23 \\
 &= 46
 \end{aligned}$$

b. Menghitung xMax & xMin

$$\begin{aligned}
 x\text{Max} &= \sum i \times i\text{Max} \\
 &= 23 \times 4 \\
 &= 92
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 x\text{Min} &= \sum i \times i\text{Min} \\
 &= 23 \times 1 \\
 &= 23
 \end{aligned}$$

c. Menghitung SD Hipotetik

$$\begin{aligned}
 \text{SD Hipotetik} &= \frac{1}{6} (x\text{Max} - x\text{Min}) \\
 &= \frac{1}{6} (92 - 23) \\
 &= \frac{1}{6} \times 69 \\
 &= 12
 \end{aligned}$$

b. Menentukan nilai tinggi, sedang, rendah

Tinggi	Sedang	Rendah
x1 (> 1 tingkat diatas	x3 (Rerata – SD Hipotetik)	x5 (< 1 tingkat x3)
X4) sampai x2 (nilai	sampai x4 (Rerata + SD	sampai x6 (nilai xMin)
xMax)	Hipotetik)	
59 sampai 92	(46 – 12) sampai (46 + 12)	23 sampai 33
	34 sampai 58	

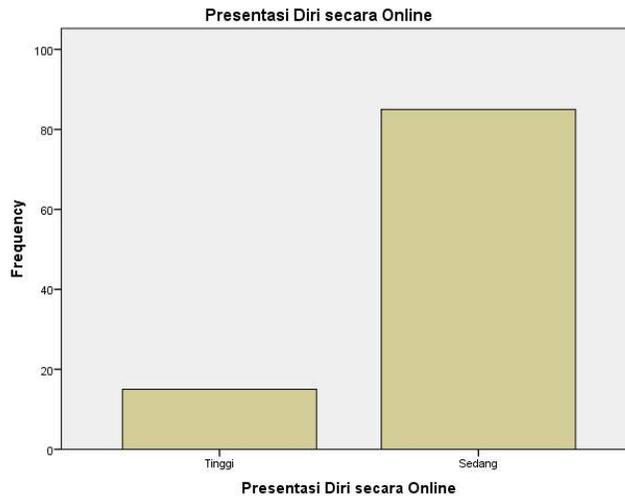
Tabel 4.9

Kategorisasi tingkat Presentasi diri secara *Online*

Presentasi Diri secara Online					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	15	15.0	15.0	15.0
	Sedang	85	85.0	85.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gambar 4.2

Bar Chart Presentasi Diri secara Online



Dari tabel 4.9 dapat diketahui 15 mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 memiliki presentasi diri secara *online* yang tinggi dengan nilai presentase sebesar 15%. Kemudian terdapat 85 mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 memiliki presentasi diri secara *online* yang sedang dengan presentase sebesar 85%. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat presentasi diri secara *online* yang **sedang**. Menurut Fiske dan Taylor (2014) seseorang dengan presentasi diri yang sedang maka individu cenderung membuat kesan yang membingungkan orang lain, dimana individu dalam waktu tertentu terlihat baik dan peduli namun di lain waktu individu terlihat cuek dan tidak peduli dengan sekitar.

Setiap individu memiliki cara mempresentasikan diri yang berbeda-beda di media sosial *Instagram*. Individu yang memiliki gaya presentasi diri yang tinggi menitik beratkan pada apa yang layak secara sosial dan menaruh perhatian pada bagaimana orang berperilaku dalam situasi sosial. Individu mahir dalam mempresentasikan beberapa perilaku dalam situasi-situasi berbeda dan dapat merubah cara-cara presentasi diri atau memodifikasi perilaku untuk menyesuaikan dengan harapan orang lain. Sebaliknya remaja yang termasuk rendah dalam gaya mempresentasikan dirinya cenderung lebih menaruh perhatian pada perasaan diri sendiri dan kurang menaruh perhatian pada isyarat-isyarat situasi yang dapat menunjukkan apakah perilaku individu sudah layak atau belum dalam situasi tersebut (Dayakisni, 2009).

Sharp & Getz (dalam Dayakisni , 2009) menyatakan hasil penelitiannya terkait dengan gaya presentasi diri bahwa seorang dengan gaya presentasi diri tinggi (high self monitors) mempersepsi diri sendiri sebagai orang yang berhasil dalam memberi kesan pada orang lain. Sedangkan individu dengan gaya presentasi diri yang rendah (low self monitor) lebih menekankan kecocokan dalam kepribadian dan minat daripada mencocokkan dengan daya tarik fisik dalam memilih pasangan. Dalam Schlenker & Weigold (1992) Presentasi diri ini mengacu pada keinginan kita untuk menampilkan sebuah gambaran yang diinginkan, yaitu terhadap penilaian penonton eksternal (orang lain) dan terhadap penilaian penonton internal (diri sendiri) (Myers, 2012).

2. Tingkat Harga Diri Pengguna Instagram

Jumlah aitem valid	Skor Tertinggi Aitem	Skor Terendah Aitem
$\sum i$	iMax	iMin
21	4	1

a. Menghitung Rerata:

$$\begin{aligned}\text{Rerata} &= \frac{1}{2} (i\text{Max} \times i\text{Min}) \sum i \\ &= \frac{1}{2} (4 \times 1) 21 \\ &= 42\end{aligned}$$

b. Menghitung xMax & xMin

$$\begin{aligned}\text{xMax} &= \sum i \times i\text{Max} \\ &= 21 \times 4 \\ &= 84\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{xMin} &= \sum i \times i\text{Min} \\ &= 21 \times 1 \\ &= 21\end{aligned}$$

c. Menghitung SD Hipotetik

$$\begin{aligned}\text{SD Hipotetik} &= \frac{1}{6} (\text{xMax} - \text{xMin}) \\ &= \frac{1}{6} (84 - 21)\end{aligned}$$

$$= 1/6 \times 63$$

$$= 11$$

c. Menentukan nilai tinggi, sedang, rendah

Tinggi	Sedang	Rendah
x1 (> 1 tingkat diatas	x3 (Rerata – SD Hipotetik)	x5 (< 1 tingkat x3)
X4) sampai x2 (nilai	sampai x4 (Rerata + SD	sampai x6 (nilai xMin)
xMax)	Hipotetik)	
54 sampai 84	(42 – 11) sampai (42 + 11)	21 sampai 30
	31 sampai 53	

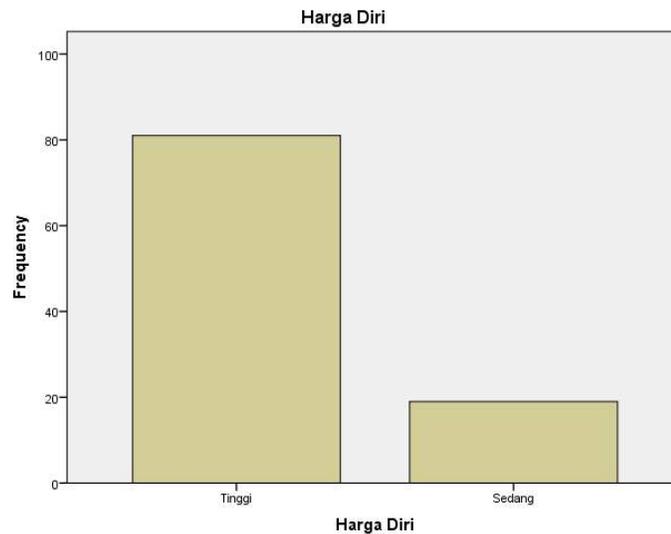
Tabel 4.10

Kategorisasi Tingkat Harga Diri

		Harga Diri			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	81	81.0	81.0	81.0
	Sedang	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gambar 4.3

Bar Chart Harga Diri



Menurut tabel 4.10 diketahui 81 mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 memiliki harga diri yang tinggi dengan nilai presentase sebesar 81%. Kemudian terdapat 19 mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 memiliki presentasi diri secara *online* yang sedang dengan presentase sebesar 19%. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat harga diri yang **tinggi**. Menurut Santrock (2007), harga diri merupakan sebuah evaluasi positif atau negative terhadap dirinya sendiri. Individu dengan harga diri yang tinggi akan menerima dan menghargai dirinya sendiri apa adanya.

Media sosial dengan berbagai kegiatan didunia maya menunjukkan gambaran seseorang secara akurat mengenai dirinya sendiri. Seseorang yang rendah diri

cenderung mengkhawatirkan apa yang orang lain posting tentang mereka di jejaring sosial. Sedangkan individu yang memiliki harga diri lebih tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di media sosial (Fazriyati, 2013)

Coopersmith, 1967 (dalam Henggaryadi & Fakhrurrozi, 2008) membagi tingkatan harga diri menjadi tiga yaitu : harga diri tinggi, harga diri menengah, dan harga diri rendah. (1) Harga diri tinggi, seseorang dengan harga diri tinggi akan memiliki ciri-ciri penuh percaya diri, mandiri, aktif dalam kegiatan-kegiatan fisik dan sosial, ambisius tetapi realistis terhadap kemampuannya, ekspresif, kreatif, dan memiliki skor tinggi dalam intelegensi. (2) Harga diri menengah, mereka menilai lebih baik dari kebanyakan orang, akan tetapi tidak termasuk dalam kelompok pilihan. Pada dasarnya penilaian mereka cenderung seperti kelompok dengan taraf harga diri tinggi dari pada kelompok dengan harga diri rendah. (3) Harga diri rendah, individu dengan harga diri rendah, memiliki ciri-ciri tidak percaya diri, tidak menghargai diri sendiri, gampang putus asa, kurang berusaha dan adanya kecenderungan berorientasi pada kegagalan.

Orang yang menghargai dirinya secara umum serta memiliki harga diri yang tinggi, maka mereka cenderung menghargai penampilan, kemampuan, dan domain mereka yang lain. Memiliki harga diri yang tinggi berarti seseorang individu menyukai dirinya sendiri (Baron & Byrne, 2003). Harga diri yang tinggi pada umumnya lebih disukai daripada harga diri yang rendah, kebanyakan orang berusaha mengubah harga

diri mereka kearah evaluasi diri yang lebih positif. Orang dengan harga diri yang rendah sering kali memiliki permasalahan dalam hidup mereka, memiliki penghasilan yang lebih sedikit, penyalahgunaan obat, dan lebih cenderung tertekan (Salmelo-Aro & Nurmi 2007; Trzesniewski & dkk, 2006).

3. Tingkat Citra Tubuh Pengguna Instagram.

Jumlah aitem valid	Skor Tertinggi Aitem	Skor Terendah Aitem
$\sum i$	iMax	iMin
16	4	1

a. Menghitung Rerata:

$$\begin{aligned}
 \text{Rerata} &= \frac{1}{2} (i\text{Max} \times i\text{Min}) \sum i \\
 &= \frac{1}{2} (4 \times 1) 16 \\
 &= 32
 \end{aligned}$$

b. Menghitung xMax & xMin

$$\begin{aligned}
 \text{xMax} &= \sum i \times i\text{Max} \\
 &= 16 \times 4 \\
 &= 64
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{xMin} &= \sum i \times i\text{Min} \\
 &= 16 \times 1 \\
 &= 16
 \end{aligned}$$

c. Menghitung SD Hipotetik

$$\begin{aligned}
 \text{SD Hipotetik} &= 1/6 (x_{\text{Max}} - x_{\text{Min}}) \\
 &= 1/6 (64 - 16) \\
 &= 1/6 \times 48 \\
 &= 8
 \end{aligned}$$

d. Menentukan nilai tinggi, sedang, rendah

Tinggi	Sedang	Rendah
x1 (> 1 tingkat diatas	x3 (Rerata – SD Hipotetik)	x5 (< 1 tingkat x3)
X4) sampai x2 (nilai	sampai x4 (Rerata + SD	sampai x6 (nilai xMin)
xMax)	Hipotetik)	
41 sampai 64	(32 – 8) sampai (32 + 8)	16 sampai 23
	24 sampai 40	

Tabel 4.11

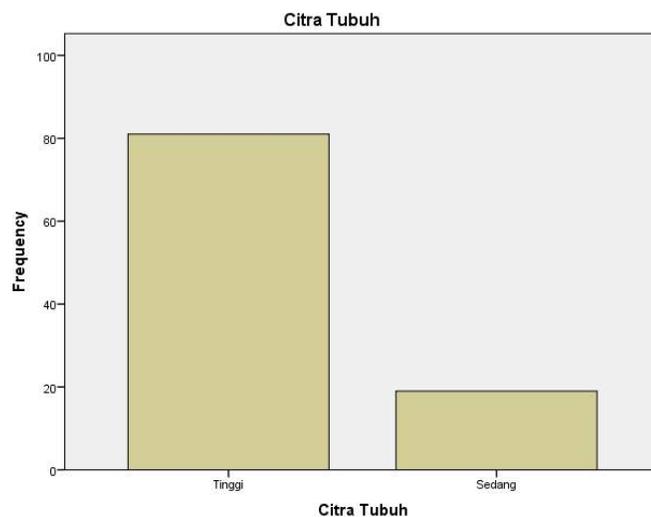
Kategorisasi Tingkat Citra Tubuh

Citra Tubuh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	81	81.0	81.0	81.0

Sedang	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gambar 4.4
Bar Chart Citra Tubuh



Dapat diketahui dari tabel 4.11 bahwa 81 mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 memiliki citra tubuh yang tinggi dengan nilai presentase sebesar 81%. Kemudian terdapat 19 mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 memiliki citra tubuh yang sedang dengan presentase sebesar 19%. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat citra tubuh yang **tinggi**. Menurut

Foland (2009) apabila hasil citra tubuh yang dimiliki oleh individu tinggi maka artinya individu tersebut pada umumnya merasa puas dengan sebagian besar tubuh mereka.

Sementara itu citra tubuh juga mempunyai beberapa faktor. Menurut Botta (1999: 22-41) citra tubuh terdiri dari empat komponen yaitu: (1) komponen persepsi; (2) komponen sikap; (3) komponen afektif; dan (4) komponen sikap yang berhubungan dengan citra tubuh. Citra tubuh adalah konsep yang multidimensional yang melibatkan pikiran, perasaan, dan sikap seseorang terhadap tubuhnya.

Tingkat citra tubuh individu digambarkan oleh seberapa jauh individu merasa puas terhadap bagian-bagian tubuh dan penampilan fisik secara keseluruhan. Kesenjangan yang terlalu jauh antara tubuh yang dipersepsi individu dengan tubuh ideal akan menyebabkan penilaian yang negatif terhadap tubuhnya. Semakin besar ketidaksesuaian ini maka semakin rendah pula penilaian terhadap tubuhnya, sedangkan orang yang memiliki penilaian yang positif terhadap tubuhnya akan mampu memanfaatkan tubuhnya dengan baik secara maksimal.

4. Pengaruh Harga Diri (x_1) terhadap Presentasi diri secara *Online* (y) dan besaran nilai pengaruhnya.

Berdasarkan pada tabel 4.8 bahwa variabel harga diri memiliki nilai t hitung sebesar **-0,737** dan nilai signifikansi sebesar **0,463**. Adapun nilai t tabel pada penelitian ini dengan signifikansi 0,05 atau 5% sebesar **1,661**, maka (**t hitung $-0,737 < t$ tabel $1,661$**). Dapat diartikan hipotesis nihil (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Maka variabel harga diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

presentasi diri secara online di Instagram pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017.

Kemudian berdasarkan tabel 4.2 nilai R square menunjukkan nilai sebesar **0,014** atau **1,4%** yang mana artinya variabel harga diri berpengaruh sebesar **1,4%** terhadap variabel presentasi diri secara *online*.

Artinya dari hasil analisis di atas memberikan gambaran bahwa aspek-aspek pada variabel harga diri (x1) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap presentasi diri secara online di Instagram pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017. Hal ini tidak sejalan atau bertolak belakang dengan teori Kramer & Winter (2008) yang menjelaskan ada 3 ciri-ciri kepribadian yang stabil yang telah terbukti untuk mempengaruhi presentasi diri dan manajemen kesan yaitu: self esteem atau harga diri, extraversion, dan self-efficacy berkaitan dengan manajemen kesan (lihat Marcus et al, 2006; Mielke, 1990; Schlenker 1980).

Kemudian hasil analisis diatas juga bertolak belakang dengan hasil analisis yang dilakukan oleh Alfi Damayanti dan Dian Purworini (2018) dengan judul penelitian "Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial" memperoleh hasil bahwa perilaku presentasi diri pada siswa SMA Negeri Mojogedang dipengaruhi oleh faktor 1 dan faktor 2 yang sama-sama memiliki korelasi sebesar **0,752** yang berarti hubungan kedua faktor cukup kuat karena mempunyai hasil lebih dari **0,5**. Faktor-faktor tersebut yaitu; Faktor 1 terdiri atas variabel independent *positivity, authenticity, intensionality*, dan *self – concept clarity*. Faktor 2 terdiri

atas variabel independent diantaranya *Breadth*, *Depth*, *Audience supportive feedback*, dan *self esteem* (harga diri). Dalam fase ini remaja telah memiliki konsep diri yang akan mereka tunjukkan di media Instagram, kemudian mereka berperilaku seolah-olah berusaha mempertahankan peran yang telah dimilikinya dengan cara memperluas dan mendalami peran tersebut. hingga mereka mendapatkan sebuah feedback atau umpan balik dari pengguna lain. Tidak hanya menerima, namun remaja yang menggunakan Instagram dapat pula memberikan umpan balik berupa kritikan atau pujian kepada sesama pengguna lain. Umpan balik yang mereka dapatkan adalah sebuah motivasi atau support bagi seorang remaja untuk meningkatkan presentasi diri mereka di media sosial Instagram. Dukungan yang mereka dapatkan akan membentuk harga diri mereka di media Internet.

Hasil analisis diatas juga bertolak belakang dengan penelitian Ria Sulistyawati (2018) dengan judul penelitian “Hubungan Antara Presentasi Diri dengan Harga Diri Pada Remaja yang Menggunakan Media Sosial Di SMP Negeri 25 Bekasi” memperoleh hasil analisis *product moment* menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara presentasi diri dengan harga diri dengan nilai korelasi sebesar (r) = **0,630** dengan **p < 0,000**. Hal ini berarti semakin tinggi presentasi diri maka semakin tinggi pula harga diri remaja yang menggunakan media sosial.

Berdasarkan penelitian yang memiliki persamaan tema maka hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sangat bertolak belakang dengan hasil penelitian Ria Sulistyawati (2018), Alfi Damayanti dan Dian Purworini (2018). Hasil

yang diperoleh peneliti yaitu harga diri (x1) tidak ada pengaruh secara parsial terhadap presentasi diri secara online pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram.

5. Pengaruh Citra Tubuh (x2) terhadap Presentasi Diri Secara *Online* dan besaran nilai pengaruhnya.

Berdasarkan pada tabel 4.8 bahwa variabel citra tubuh (x2) memiliki nilai t hitung sebesar **-0,234** dan nilai signifikansi sebesar **0,816**. Adapun nilai t tabel pada penelitian ini dengan signifikansi 0,05 atau 5% sebesar **1,661**, maka (**t hitung -0,234 < t tabel 1,661**). Dapat diartikan hipotesis nihil (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Maka variabel citra tubuh tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap presentasi diri secara online di *Instagram* pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017.

Lalu kemudian pada tabel 4.3 diperoleh nilai R square sebesar 0,009 atau 0,09%. Artinya variabel citra tubuh hanya memiliki pengaruh 0,09% terhadap presentasi diri secara *online*.

Hasil analisis diatas bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Raymer (2015), yang menemukan bahwa citra tubuh rendah berhubungan dengan intensitas penggunaan social media Facebook yang semakin sering. Di samping itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa, secara parsial citra tubuh (x2) tidak dapat memprediksi presentasi diri secara *online* karena hasil yang didapatkan setelah uji-t untuk variabel citra tubuh adalah $p > 0,05$.

Citra tubuh berhubungan dengan persepsi, perasaan, dan pikiran seseorang mengenai tubuhnya, dan biasanya di konseptualisasikan dengan menggabungkan estimasi ukuran tubuh, evaluasi ketertarikan tubuh, dan emosi terkait bentuk dan ukuran tubuh (Muth & Cash, 2006). Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Era Kurnia dan Avin Fadilla yang berjudul “Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram” yang menunjukkan bahwa korelasi citra tubuh pada pengguna *Instagram* sebesar 6,8%

Penelitian pada remaja pengguna media sosial *Facebook* menyatakan bahwa partisipan penelitian sering membandingkan penampilannya dengan teman, teman dekat, dan selebritis, tetapi mereka jarang membandingkan penampilan dengan keluarganya (Fardouly & Vartanian, 2015). Terlebih lagi pada media sosial Instagram yang lebih banyak memiliki konten yang mendorong terjadinya perbandingan sosial. Media sosial ini berfokus pada konten multimedia seperti foto dan video personal penggunanya. Konten tersebut mau tidak mau membuat satu pengguna melakukan perbandingan diri dengan pengguna lainnya (Ozimek & Bierhoff, 2016). Selain itu, media sosial seperti Instagram menyajikan informasi yang dapat dikuantifikasi seperti jumlah likes dan followers sehingga mempermudah perbandingan (Appel, Crusius & Gerlach, 2016). Adanya perbandingan tersebut memicu individu untuk menampilkan presentasi diri terbaiknya di media sosial.

Media sosial memberikan kesempatan untuk presentasi diri yang lebih strategis dan umum daripada interaksi tatap muka, terutama media sosial sangat cocok untuk

presentasi diri karena profil yang dapat disesuaikan, berbagai tingkat anonimitas dan disinhibisi, dan sifat komunikasi sinkron yang dapat diedit (Brunskill, 2013). Media sosial merupakan salah satu media untuk melakukan presentasi diri. Individu akan terlibat dalam berbagai jenis presentasi diri yang membantu mereka mempertahankan citra positif. Contohnya individu dapat mengunggah foto ataupun video yang menekankan aspek kepribadian mereka atau berbagi foto yang menyampaikan gambar terbaik dari diri mereka atau berbagi foto yang menyampaikan gambar terbaik dari diri mereka untuk menjaga kesan yang baik dari yang lain di media sosial. Birnbaum (2008) mengatakan bahwa individu akan sangat berhati-hati dalam mempresentasikan diri dan mengontrol kesan yang mereka sampaikan kepada orang lain sehingga membentuk presentasi diri yang sesuai dengan keinginan mereka.

6. Pengaruh variabel independent (Harga Diri dan Citra Tubuh) terhadap variabel dependen (Presentasi Diri secara *Online*) secara simultan dan variabel independent yang lebih mempengaruhi variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.7 tentang pengaruh variabel (x_1 dan x_2) secara simultan (bersama-sama) terhadap presentasi diri secara *online* dimana hasil uji F hitung mendapatkan nilai sebesar **0,731** dengan tingkat signifikansi sebesar **0,484** , sedangkan nilai F tabel yang ditentukan berdasarkan nilai tabel F dengan tingkat signifikansi 0,05 atau dalam satuan presentase 5%, sehingga dapat dikatakan nilai F tabel= **3,09**. Maka nilai F hitung < F tabel (**0,731 < 3,09**) dan signifikansi lebih dari (>) 0,05 (**0,484 > 0,05**). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak ,

artinya harga diri dan citra tubuh tidak berpengaruh secara simultan terhadap presentasi diri secara *online* pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram.

Kemudian berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel harga diri (x_1) dan citra tubuh (x_2) dengan presentasi diri secara *online* (y) tidak memiliki hubungan yang positif, pernyataan ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi berganda R^2 sebesar **0,015** yang memiliki arti bahwa pengaruh dari variabel harga diri (x_1) dan citra tubuh (x_2) secara simultan terhadap dengan presentasi diri secara *online* (y) pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram adalah sebesar **1,5%**. Dengan itu dapat diperoleh kesimpulan bahwasanya pengaruh harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara online sebesar 1,5% sedangkan sisanya 98,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Sementara itu pada tabel 4.2 menunjukkan variabel harga diri berpengaruh sebesar **1,4%** terhadap variabel presentasi diri secara *online* dan tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel citra tubuh hanya memiliki pengaruh **0,09%** terhadap presentasi diri secara *online*. Sehingga dapat disimpulkan variabel harga diri lebih mempengaruhi variabel presentasi diri secara *online*.

Adapun variabel-variabel lain diluar penelitian ini yaitu:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Herdyani Kusumasari dan Diana Savitri Hidayati (2014) dengan judul “Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media

Sosial” pada penelitian ini memperoleh hasil signifikan antara rasa malu terhadap presentasi diri dengan tingkat pengaruh sebesar 8%

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Kadek Sinta Ayu Pramesti dan Supriyadi (2020) dengan judul “Pengaruh *self-esteem* dan kecenderungan narsisme terhadap presentasi diri pada perempuan di facebook usia dewasa awal di Denpasar” pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel self esteem dan kecenderungan narsisme memiliki peran sebesar 12,5% terhadap variabel presentasi diri.

Dengan demikian penelitian ini bertolak belakang dengan faktor – faktor yang memengaruhi presentasi diri secara khusus di dunia maya adalah sebagai berikut:

Pertama, sesuai dengan teori selfpresentation yang dikemukakan oleh Jones dan Pittman (1982), bahwa kelima bentuk self-presentation itu sendiri telah menjelaskan tujuan atau faktor apa yang memengaruhi seseorang melakukan presentasi diri, kelimanya yakni ialah; ingratiation (keinginan untuk disukai oleh orang lain), intimidation (keinginan untuk menunjukkan kuasa atas orang lain), exemplification (keinginan untuk dianggap sebagai orang yang dermawan), selfpromotion (keinginan untuk dihargai oleh orang lain atas kemampuan dan keahlian yang dimiliki), dan supplication (keinginan untuk mendapatkan simpati dari orang lain). **Kedua**, popularitas. Raymer (2015) membuktikan bahwa intensitas penggunaan media sosial berbanding lurus dengan harga diri, namun terdapat mediator di antara hubungan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial. Individu dengan harga diri rendah

menggunakan media sosial agar dirinya diterima oleh lingkungan sosialnya, sedangkan individu dengan harga diri tinggi menggunakan media sosial untuk menunjang popularitasnya. **Ketiga**, harga diri. Rosenberg, Schooler, Carmi, dan Rosenberg (1995) menyatakan bahwa harga diri adalah sikap individu baik positif maupun negative terhadap dirinya. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial seperti facebook dapat memengaruhi harga diri seseorang. Penggunaan facebook dapat menurunkan harga diri karena individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain atau teman Facebook-nya (Leif et al, 2012). Sebaliknya, berada di hadapan Facebook juga ternyata membuat harga diri menjadi naik (Gonzalez dan Hancock, 2011). Hubungan antara penggunaan internet terutama media sosial dengan harga diri dapat dilihat dari penelitian Mehdizadeh (2010) yang menemukan bahwa individu dengan harga diri yang rendah berusaha menaikkan harga diri dirinya dengan menggunakan media sosial karena media sosial dapat menjadi sebuah wadah di mana individu dapat membentuk citra diri dan menampilkan kesan diri yang diinginkannya. **Keempat**, body image. Pengguna internet tentu saja tidak terlihat oleh pengguna lainnya. Sekalipun komunikasi yang dilakukan adalah berbasis video, tetap saja pengguna internet tidak secara langsung bertatap muka, apalagi jika menggunakan komunikasi berbasis teks semata. Individu memiliki peluang untuk membentuk presentasi diri yang diinginkan, karena ia tidak terlihat (invisible). Keleluasaan pembentukan presentasi diri tersebut menjadi salah satu faktor presentasi diri seseorang di dunia maya yang berkaitan dengan body image idealnya (Mehdizadeh, 2010).

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pengaruh harga diri dan citra tubuh terhadap presentasi diri secara online pengguna Instagram khususnya pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat presentasi diri secara *online* yang **sedang**.
2. Mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat harga diri yang **tinggi**.
3. Mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 yang menggunakan *Instagram* memiliki tingkat citra tubuh yang **tinggi**.
4. Variabel harga diri tidak memiliki pengaruh signifikan dan memiliki pengaruh sebesar 1,4% terhadap presentasi diri secara online pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram.
5. Variabel citra tubuh tidak memiliki pengaruh signifikan dan memiliki pengaruh sebesar 0,09% terhadap presentasi diri secara online pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram.

6. Variabel harga diri dan citra tubuh tidak berpengaruh secara simultan terhadap presentasi diri secara *online* pada mahasiswa/i fakultas psikologi UIN Malang Angkatan 2017 di Instagram dan variabel harga diri lebih mempengaruhi variabel presentasi diri.

B. SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini peneliti menyampaikan beberapa saran baik untuk kepentingan praktisi maupun penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk keilmuan Psikologi.

Dikarenakan penelitian yang mencoba menyingkap faktor psikologis yang memengaruhi perilaku individu di dunia online masih tergolong sedikit, peneliti harapkan dapat memberi sumbangan dan masukan terkait hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, yang mengarah pada presentasi diri secara online, harga diri, dan citra tubuh.

2. Untuk peneliti selanjutnya.

Bagi peneliti yang selanjutnya disarankan untuk bisa lebih mengkaji lagi dan membuka khazanah keilmuan dalam bidang psikologi komunikasi terutama dalam dunia *cyberspace* khususnya tentang presentasi diri secara online, di sarankan peneliti yang selanjutnya dapat mengembangkan variabel independent diluar penelitian ini yang memperoleh 1,5% pengaruh terhadap presentasi diri secara online dan sisanya yaitu Rasa Malu dan Kecenderungan Narsisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiyuda, Nurul & Nandy Agustin Syakarofath. (2019). *Presentasi diri di sosial media (Instagram & facebook) sebuah literature review*. Psychopolythan (Jurnal Psikologi). (2) 2, hlm 124-130.
- Amy L, Gonzales; Jefferey; and Hancock. (2011). *Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Harga diri*. Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking. 14 (1), 1-2. DOI: 10.1089/cyber.2009.0411
- Arifin, Imam. (2019). *Pengaruh Outdoor Education Activities Terhadap Peningkat Self Esteem Dan Kebugaran Jasmani Siswa SMK*. (Tesis). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cresweel, J.W (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Edisi revisi. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Denich, Amandha Unziila & Ifdil. (2015). *Konsep Citra tubuh Remaja Putri*. Jurnal konseling dan Pendidikan. (3) 2. Hlm 55-61.
- Dewi, Cici Guspa & Yulidar Ibrahim. (2019). *Hubungan Self-Esteem (Harga Diri) Dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial Instagram Pada Siswa SMA*. Jurnal Neo Konseling. (1) 2.
- Dr Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Efsa, Muhammad Abdillah Arsi. (2014). *Hubungan Sensationa Seeking dengan Harga diri pada Cosplayer (Studi Kotelasioanal Cosplayer di Kota Bandung)*. (Skripsi). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Febrina, Dilla Tria, Puji Lestari Suharso, & Airin Yustikarini Saleh. (2018). *Harga diri remaja awal: Temuan Baseline dari Rencana Program Self Instructional Training Kompetensi diri*. Jurnal Psikologi Insight. (2) 1, hlm 43-56.
- Fullwood, Chris; James, Billie May; and Chao-Hwa (Josephine) Chen-Wilson, PhD. (2016). *Self-Concept Clarity and Online Presentasi diri in Adolescents*. CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING, 00 (00), 2-3. DOI: 10.1089/cyber.2015.0623

- Hadi, Sutrisno. (2004). *Statistik (jilid 2)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Handayani, Putri. (2017). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Handika, Putri. (2017). *Hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pengguna Instagram*. (Skripsi). Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hanika, Ita Musfirowati. (2016). *Presentasi diri dalam Kehidupan Virtual*. Jurnal Ilmu Komunikasi. (13) 1, hlm 93-108
- Hidayati, Evi Nur. (2020). *Hubungan Dorongan Presentasi Diri dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Remaja Putri Di SMA Negeri 01 Slawi*. (Skripsi). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- <https://kumparan.com/lentera-ramadhan/pentingnya-menjaga-lisan-di-era-media-sosial-menurut-alquran-dan-hadis-1tNc8qbXah6/full>
- <https://www.republika.co.id/berita/q9i8ey320/hadits-rasulullah-saw-soal-3-perilaku-buruk-harus-dihindari>
- <https://minanews.net/harga-diri-wanita-muslimah/>
- <https://islam.nu.or.id/post/read/124231/khutbah-jumat--pentingnya-menjaga-harga-diri>
- Kurniasih, Yuni. (2017). *Konsep Kecantikan Dalam QS. Al-Ahzab Ayat 25 dan QS. Al-Munafiqun Ayat 4*. (Skripsi). Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Kusumasari, Herdyani & Diana Savitri Hidayati. (2014). *Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media Sosial*. Jurnal Psikologi Teori & Terapan. 4. (2). Hal 91-105.
- Larasati, Wikan Putri. (2012). *Meningkatkan harga diri melalui self instruction*. (Tesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Maisaroh. (2013). *Hubungan Harga diri dengan Perilaku Asertif Siswa MTs-SA Roudlotul Karomah Sukorame Pasuruan*. (Skripsi). Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Muhson, Ali. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Jurnal Kependidikan. 39 (2). Hlm 171-182.

- Mutiara, Faradila Yunan. (2018). *Pengaruh presentasi diri, dukungan sosial, dan afinitas media sosial terhadap kesejahteraan subjektif pada mahasiswa pengguna Instagram*. (Skripsi). Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nastiti, Alfi Damayanti Sari & Dian Purworini. (2018). *Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial*. Jurnal Komunikasi. 10, (1), hal 33-47
- Nisa', Ana Zahrotun. (2015). *Hubungan antara Social Comparison dengan Citra tubuh pada Remaja Putri MA Sidoarjo*. (Skripsi). Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Nugraeni, Alifah Yuli & Dr. Avin Fadilla Helmi, M. Si. (2017). *Eksplorasi Presentasi Diri Online dalam Instagram pada Remaja Usia SMA di Yogyakarta*. (Skripsi). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Pramesti, Kadek Sinta Ayu & Supriyadi. (2020). *Peran Self-Esteem dan Kecenderungan Narsisme terhadap presentasi diri pada perempuan pengguna facebook usia dewasa awal di Denpasar*. Jurnal Psikologi Udayana. (2). Hal 73 – 84
- Priyatno, Duwi.(2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*.Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rarasati, Devia Balqis, Hudaniah & Susanti Prasetyaningrum. (2019). *Strategi Presentasi Diri Pengguna Instagram Ditinjau Dari Tipe Kepribadian*. Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rozika, Lalu Arman & Neila Ramadhani. (2016). *Hubungan antara Harga Diri dan Citra tubuh dengan Online Presentasi diri pada Pengguna Instagram*. GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY, (2) 3, hlm 172-183.
- Sulistiawati, Ria. (2018). *Hubungan Antara Presentasi Diri dengan Harga diri pada Remaja yang menggunakan Sosial Media di SMP Negeri 25 Bekasi*. (skripsi). Jakarta: Universitas Bhayangkara
- Sumangkut, Anastasia Veriska Claudine. (2016). *Hubungan antara citra tubuh dengan tingkat penyesuaian diri menurut Robert peck pada wanita dewasa madya*. (Skripsi). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Sumanty, Dessy, Deden Sudirman & Diah Puspasari. (2018). *Hubungan Religiusitas Dengan Citra Tubuh Pada Wanita Dewasa Awal*. Jurnal Psikologi Islam dan Budaya. 1 (1), hlm 9-28.

- Susandi, Dila Oktaputring Catur. (2014). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial Facebook*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tama, Bunga Ade. (2018). *Validitas Skala Presentasi Diri Online*. Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia. 7 (1), hlm 1-7
- Tasnim. (2019). *Hubungan Antara Body Image Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Putri SMA Swasta Harapan 1 Medan*. (Skripsi). Medan: Universitas Medan Area.
- Yuliana. (2013). *Studi deskriptif citra tubuh pada pegawai negeri sipil wanita dewasa madya di universitas negeri semarang*. (Skripsi). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Zenita, Yosevi Mega. (2020). *Hubungan Self-Esteem Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram*. (Skripsi). Surabaya: Universitas Airlangga.

LAMPIRAN

-

LAMPIRAN

Lampiran 1

Skala Penelitian

Nama :

Fakultas :

Angkatan : 2017

Keterangan : Mohon untuk dijawab pernyataan-pernyataan dibawah ini sesuai dengan kondisi anda yang sebenarnya, dengan cara memberi tanda (v) pada kolom yang sudah disediakan.

SS = Sangat Sesuai

S = Sesuai

TS = Tidak Sesuai

STS = Sangat Tidak Sesuai

No.	Pernyataan tentang Presentasi Diri secara <i>online</i>	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saat sedang online saya lebih nyaman untuk berperilaku seperti yang saya inginkan				
2	Saya dapat mengekspresikan diri saya didunia maya sesuai yang saya inginkan				
3	Saya lebih mudah mengatakan sesuatu saat online daripada ketika offline				
4	Saya tidak membatasi perilaku yang ingin saya tampilkan saat <i>online</i>				
5	Saya tidak nyaman apabila menjadi diri sendiri di dunia maya				

6	Saya tidak dapat mengekspresikan diri di dunia maya				
7	Saya lebih senang berperilaku apa adanya di dunia maya				
8	Saya nyaman menunjukkan kepribadian yang sama antara dunia nyata dan dunia maya				
9	Saya merasa lebih berani & percaya diri berperilaku apa adanya ketika di media sosial				
10	Saya lebih mudah berkomunikasi di dunia maya				
11	Saya merasa bersemangat upload konten ketika jumlah like & followers banyak				
12	Saya kecewa apabila jumlah like yang saya dapatkan sedikit				
13	Saya biasa saja ketika orang yang menyukai konten saya sedikit				
14	Saya membuat caption yang menarik ketika mengupload konten di instagram				
15	Saya selalu mengedit konten sebelum mempostingnya				
16	Saya menggunakan aplikasi lighroom, vsco, picsart, dll untuk mengedit foto agar menarik				
17	Saya lebih suka memposting foto/video yang natural saja tanpa di edit				
18	Saya suka membagikan story di instagram				
19	Menurut saya caption tidak terlalu penting				
20	Saya senang mengajak <i>followers</i> berinteraksi di instagram menggunakan <i>question box</i>				
21	Saya menunjukkan kualitas terbaik dalam diri saya ketika sedang <i>online</i>				

22	Saya tidak ingin menunjukkan jati diri saya di sosial media manapun				
23	Saya ingin memiliki jumlah like yang banyak agar bisa menunjang popularitas dunia maya				
24	Saya berharap dapat membuat teman online terhibur atas postingan saya				
25	Saya selalu ingin dipuji di setiap konten yang saya upload				
26	Saya berharap orang-orang menyukai konten yang saya upload				
27	Saya tidak mengharapkan pujian di setiap konten yang saya upload				
28	Saya tidak masalah ketika like yang saya dapatkan sedikit				
29	Saya tidak ingin memiliki banyak teman didunia maya				
30	Saya rela berbohong demi mendapat pengakuan di dunia maya				
31	Saya membuat berita yang tidak sebenarnya agar akun saya populer				
32	Saya tidak pernah berbohong demi konten				
33	Saya tidak suka panjat sosial dengan cara menjatuhkan teman di dunia maya				
34	Cara saya menampilkan diri saat online sangat berbeda dengan kehidupan nyata				
35	Dunia maya memungkinkan saya untuk menjadi orang yang berbeda				
36	Saya adalah orang yang berbeda tergantung dimedia sosial mana saya berada				

37	Saya sulit menjadi diri saya sendiri di dunia maya				
38	Saya adalah diri saya yang sebenarnya saat sedang didunia maya				
39	Saya merasa percaya diri menampilkan perilaku apa adanya ketika membuat konten				
40	Saya akan melakukan apa saja demi membuat konten yang menarik perhatian				
41	Saya akan melakukan hal yang menarik perhatian di media sosial agar followers saya naik				
42	Saya selalu mengedit foto yang akan saya upload agar lebih menarik				
43	Saya tidak peduli pendapat orang tentang saya didunia maya				
44	Saya tidak kecewa apabila konten yang saya upload mendapat like yang tidak sesuai dengan harapan				
45	Saya mengupload foto yang natural saja tanpa mengeditnya terlebih dahulu				

No.	Pernyataan tentang Harga Diri	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya puas dengan diri saya secara fisik				
2	Saya tidak pernah membandingkan diri dengan yang lain				
3	Saya bersyukur meskipun saya memiliki banyak kekurangan				
4	Saya masih merasa banyak kekurangan dalam diri saya dalam hal fisik				
5	Saya suka membayangkan untuk menjadi orang lain				
6	Saya kurang nyaman melihat seseorang yang lebih dari saya secara fisik				
7	Saya adalah orang yang menarik secara fisik				
8	Saya merasa disukai oleh banyak orang karena fisik saya				
9	Saya sering mendapatkan pujian dari orang sekitar karena fisik saya				
10	Tidak ada orang yang mengakui saya sebagai orang yang menarik				
11	Tidak ada orang yang menyukai saya				
12	Saya merasa kurang menarik secara fisik apabila dibandingkan dengan teman saya				
13	Saya mudah beradaptasi di lingkungan baru				
14	Saya selalu berusaha agar dapat diterima di lingkungan baru				
15	Saya mudah mendapat teman di lingkungan baru				
16	Saya mudah mempercayai orang lain				
17	Saya sulit berbaur di lingkungan baru				

18	Saya tidak mudah percaya pada orang lain				
19	Saya dapat berkomunikasi dengan baik di depan umum				
20	Saya dapat bersikap tenang ketika berbicara didepan umum				
21	Saya lebih suka menyendiri daripada mengobrol dengan teman				
22	Saya mudah gugup apabila berbicara didepan umum				
23	Saya lebih suka bekerja secara individu daripada berkelompok				
24	Saya suka jadi pemimpin dalam suatu kelompok				
25	Saya berani mengambil resiko saat membuat keputusan				
26	Saya takut untuk mengambil sebuah resiko dalam mengambil keputusan				
27	Saya tidak memiliki keberanian dalam memimpin suatu kelompok				
28	Saya menghargai kegagalan untuk sebuah pembelajaran				
29	Saya puas jika mendapat pujian atas pekerjaan saya				
30	Saya menganggap kritikan adalah sebuah saran yang membangun				
31	Saya sulit menerima kegagalan dalam berproses				
32	Saya sulit menerima kritik dan saran				
33	Saya selalu berusaha memberikan yang terbaik dari sebelumnya				

No.	Pernyataan tentang Citra Tubuh	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya beranggapan bentuk tubuh dan ukuran yang saya miliki saat ini sudah proporsional				
2	Saya memiliki berat badan ideal				
3	Saya memiliki perut yang rata				
4	Saya merasa kelebihan berat badan				
5	Saya sering membandingkan tubuh saya dengan orang lain				
6	Saya merasa bentuk tubuh saya masih kurang ideal				
7	Saya beranggapan penampilan saya sudah cukup menarik				
8	Saya suka menggunakan makeup, pomade, & alat bantu sejenisnya agar penampilan saya terlihat menarik				
9	Memiliki penampilan menarik membantu saya dalam bergaul				
10	Saya beranggapan penampilan saya kurang menarik dibandingkan dengan teman-teman yang lain				
11	Saya merasa biasa saja meskipun sudah berdandan				
12	Saya sangat memperhatikan pakaian yang saya kenakan				
13	Saya merasa puas dengan kondisi tubuh yang saya miliki saat ini				
14	Saya senang dengan penampilan saya sehari-hari				
15	Saya nyaman berpenampilan apa adanya				
16	Saya menerima diri saya apa adanya				

17	Saya merasa nyaman dengan apapun yang saya kenakan				
18	Saya lebih percaya diri jika menggunakan make up, pomade, & alat bantu sejenisnya				
19	Saya merasa nyaman dengan penampilan saya saat ini				
20	Saya merasa biasa saja ketika melihat diri di cermin				
21	Saya minder apabila berteman dengan orang yang lebih cantik/tampan				
22	Saya tidak percaya diri jika memiliki jerawat				
23	Saya percaya bahwa saya sama menariknya dengan orang lain secara				
24	Saya senang ketika orang lain mengatakan saya menarik				
25	Saya biasa saja ketika ada orang yang mengatakan saya menarik				
26	Saya sedih ketika mendapat komentar negatif terkait dengan penampilan saya				
27	Saya senang mendapati banyak komentar pujian di postingan saya				
28	Saya berusaha untuk menurunkan berat badan agar ideal				
29	Saya menganggap berat badan saya sangat susah sekali untuk diturunkan secara drastis				
30	Saya menganggap masih ada beberapa bagian tubuh yang harus dikecilkan				
31	Saya melakukan diet ketat demi mendapatkan berat badan ideal				

32	Saya berpuasa untuk ibadah & menjaga berat badan agar tetap ideal				
33	Berat badan saya tidak ideal namun saya malas berolahraga				
34	Saya suka memakan <i>fast food</i> tanpa peduli dengan berat badan				
35	Saya tidak peduli dengan berat badan yang penting sehat				
36	Saya rutin berolahraga untuk menjaga kesehatan				
37	Saya selalu mengkonsumsi makanan sehat				
38	Pola hidup saya kurang sehat				
39	Saya lebih menyukai <i>junk food</i> daripada makanan sehat				

Lampiran 2

Keseluruhan Skor Aitem Variabel Presentasi diri secara *online*

Nam a Leng kap / Inisi al	Fa kul tas /Ju rus an	An gka tan	Ai te m 1	Ai te m 2	Ai te m 3	Ai te m 4	Ai te m 5	Ai te m 6	Ai te m 7	Ai te m 8	Ai te m 9	Ai te m 1 0	Ai te m 1 1	Ai te m 1 2	Ai te m 1 3	Ai te m 1 4	Ai te m 1 5	Ai te m 1 6	Ait em 1 7	Ai te m 1 8	Ai te m 1 9	ai te m 2 0	Ai te m 2 1	Ai te m 2 2	Ai te m 2 3
Elita ratin	Psi kol ogi	201 7	4	3	3	3	4	4	3	1	3	3	4	2	4	1	1	3	1	4	1	1	1	2	3
Nauf al amrul loh	Psi kol ogi	201 7	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
Syaf a	Psi kol ogi	201 7	4	3	3	3	4	4	3	1	3	3	4	2	4	1	1	3	1	4	1	1	1	2	3
Arin	Psi kol ogi	201 7	2	2	4	3	2	4	1	1	2	2	2	2	3	1	1	2	3	4	3	3	2	4	3
Lydy a	Psi kol ogi	201 7	4	4	4	3	4	3	1	2	4	1	4	4	4	1	1	4	2	2	3	2	1	3	4
Nissa Melin da	Psi kol ogi	201 7	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2
Tiara	Psi kol ogi	201 7	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2

Cicirischi ta	Psi kol ogi	201 7	1	4	2	4	3	4	3	2	4	2	2	3	3	4	1	3	4	4	3	1	3	3	3
Moch Haik al Pam ungk as	Psi kol ogi	201 7	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	3	4	1
Him ma Fitria	Psi kol ogi	201 7	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4	1	1	1	3	3	3	1	2
Gojal	Psi kol ogi	201 7	3	3	1	2	3	3	2	1	3	2	2	3	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2
Rafif Mifta khul Abidi n	Psi kol ogi	201 7	1	2	4	4	3	1	3	4	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1
Vina	Psi kol ogi	201 7	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	4	3
Agi	Psi kol ogi	201 7	1	1	4	3	2	4	2	3	4	2	3	2	2	1	1	3	2	1	2	3	3	4	4
Arif fahmi	Psi kol ogi	201 7	2	2	2	1	1	4	1	1	4	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Afiya h	Psi kol ogi	201 7	4	4	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	4	2	3	2	4	2
Naki a	Psi kol ogi	201 7	2	2	4	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	2	1

Nurjayatri	Psikologi	2017	2	3	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1
Sindy	Psikologi	2017	2	3	1	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	1	1	1	3	3	2	1	3	4	4
Arzakirah	Psikologi	2017	2	2	3	3	3	3	3	1	2	1	3	1	2	1	1	1	3	1	2	2	1	3	2
F	Psikologi	2017	2	2	2	2	2	1	1	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2
Pradnya	Psikologi	2017	4	4	2	3	2	1	4	3	2	4	3	1	2	3	4	2	1	1	2	3	4	2	1
Arwa	Psikologi	2017	3	3	2	2	3	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	2
Ramdani Zamzani	Psikologi	2017	3	3	1	3	2	4	2	4	3	2	4	1	2	1	1	2	3	3	1	1	1	3	2
Venna	Psikologi	2017	2	2	3	3	4	4	1	1	2	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2
Armeda T	Psikologi	2017	1	1	2	3	2	4	1	3	4	2	4	2	1	1	1	1	3	1	3	2	1	4	1
Musyaffa' Nur Muhammadiyah	Psikologi	2017	1	2	2	1	1	4	1	3	4	2	3	1	1	1	1	4	4	4	3	4	1	4	1

Jimmy	Psikologi	2017	1	1	3	3	3	4	2	1	4	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Muhammad Mina	Psikologi	2017	1	4	1	3	4	4	1	2	2	2	4	2	1	1	1	4	3	1	1	2	4	4	1
Syaufiqi	Psikologi	2017	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2
Pida	Psikologi	2017	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2
D	Psikologi	2017	1	2	3	1	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	2	2	1	1	1	1
Wiya	Psikologi	2017	1	2	3	1	2	1	3	2	2	2	1	3	3	4	4	2	2	2	3	3	2	1	2
Choirul Huda	Psikologi	2017	1	1	3	4	3	2	3	4	4	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
Nantik Sofiatun	Psikologi	2017	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	2	2	3	4
Maya	Psikologi	2017	2	1	3	1	1	1	1	3	2	2	1	4	2	4	4	1	4	4	4	4	3	2	2
Rizkiyani Putri Hismanidarti	Psikologi	2017	3	3	2	3	3	4	1	2	4	3	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4

Nabila	Psikologi	2017	2	2	3	2	3	2	1	1	3	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
uki	Psikologi	2017	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2
Fidinadi setyan	Psikologi	2017	2	3	2	4	2	3	2	2	2	2	3	1	3	1	1	1	4	3	2	1	3	4	2
Manara Qudsiya	Psikologi	2017	2	1	2	3	2	4	2	2	4	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2
Alim	Psikologi	2017	1	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	1	2	1	3
Dewi	Psikologi	2017	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	1	1	3	3	2	2	2	2	3	3
Isni	Psikologi	2017	1	2	3	4	3	2	1	2	4	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	1	3	1
Vina	Psikologi	2017	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	4	3
Erin Tiana Putri	Psikologi	2017	1	1	3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	2	3	4
F	Psikologi	2017	1	2	2	3	3	3	2	2	3	1	4	2	1	2	1	1	3	3	1	1	1	4	1
Qonita	Psikologi	2017	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2

Biyati Akhu Arumi	Psikologi	2017	1	4	4	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	1	4	1
D	Psikologi	2017	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	2	1	1	1	3	3	2	2	2	3	2
Aulia Hainung Savitri	Psikologi	2017	1	1	2	3	3	4	1	1	3	2	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Ike Rochmayanti	Psikologi	2017	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3
Ms	Psikologi	2017	1	1	1	3	3	4	1	1	2	2	4	1	1	1	1	1	3	4	3	1	1	4	1
Fann	Psikologi	2017	1	2	1	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	1	1	2	4	3	3	2	2	3	2
Olyvia Aprelian	Psikologi	2017	1	2	4	4	4	2	2	1	4	1	4	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2
Salmah	Psikologi	2017	2	2	1	3	3	1	2	1	4	1	4	3	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1
Armenita	Psikologi	2017	1	2	3	4	4	4	2	3	3	1	3	1	2	1	1	1	3	3	2	2	1	3	1
Ria	Psikologi	2017	3	3	3	3	3	4	1	1	3	1	3	1	1	1	1	2	1	3	3	1	1	3	1

Yyuk	Psi kol ogi	2017	1	1	4	3	4	2	2	3	4	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Mauli dya Ainun	Psi kol ogi	2017	4	4	2	2	4	1	1	4	4	2	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Rara	Psi kol ogi	2017	2	2	3	3	4	3	4	3	3	2	4	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	3	1
Ravieda	Psi kol ogi	2017	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	3	1	1	4	3	2	1	1	1	3	3
Fierna Tri Rachmadh evy	Psi kol ogi	2017	3	2	3	1	4	4	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	2	3	2	2	2	3	2
Rizka	Psi kol ogi	2017	1	1	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2
Endy Sandya	Psi kol ogi	2017	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Dirga Mahardika	Psi kol ogi	2017	1	2	1	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	1	1	2	4	3	3	2	2	3	2
Luluk Syahrul Kamal	Psi kol ogi	2017	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Maulidah	Psi kol ogi	2017	2	1	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	2	1	3	4	4	3

Syari fah																									
Dintan	Psikologi	2017	3	3	3	2	1	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	1	3
Meidina	Psikologi	2017	1	1	2	4	4	4	2	4	4	3	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	4	4	1
Nabilah Zain	Psikologi	2017	4	3	3	3	4	4	3	1	3	3	4	2	4	1	1	3	1	4	1	1	1	2	3
Nisa Lubis	Psikologi	2017	1	1	2	3	3	4	1	1	3	2	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Mafirda	Psikologi	2017	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3
Dwiky	Psikologi	2017	1	1	1	3	3	4	1	1	2	2	4	1	1	1	1	1	3	4	3	1	1	4	1
Shinta Malicha	Psikologi	2017	1	2	1	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	1	1	2	4	3	3	2	2	3	2
Nabilah Aulia Rachmi	Psikologi	2017	1	2	4	4	4	2	2	1	4	1	4	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2
Akasa	Psikologi	2017	2	2	1	3	3	1	2	1	4	1	4	3	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1
Saidatur Rah	Psikologi	2017	1	2	3	4	4	4	2	3	3	1	3	1	2	1	1	1	3	3	2	2	1	3	1

matunisa																									
Fairuz Maulidia	Psikologi	2017	3	3	3	3	3	4	1	1	3	1	3	1	1	1	1	2	1	3	3	1	1	3	1
Orizabilla	Psikologi	2017	1	1	4	3	4	2	2	3	4	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Tsaniamega	Psikologi	2017	4	4	2	2	4	1	1	4	4	2	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Siti Rohmayanti	Psikologi	2017	2	2	3	3	4	3	4	3	3	2	4	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	3	1
Dyah Ayu Rahmani	Psikologi	2017	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	3	1	1	4	3	2	1	1	1	3	3
Sunday	Psikologi	2017	3	2	3	1	4	4	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	2	3	2	2	2	3	2
Sharifah Zolla Phatma Bee	Psikologi	2017	1	1	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2
Safriani Aisyah	Psikologi	2017	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1

Jenny Jainu I Muttaqin	Psikologi	2017	1	2	1	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	1	1	2	4	3	3	2	2	3	2
Rike Dias Safitri	Psikologi	2017	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Mafazatil Umani	Psikologi	2017	2	1	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	2	1	3	4	4	3
Syari Hanifah	Psikologi	2017	3	3	3	2	1	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	1	3
Fatya Izzati	Psikologi	2017	1	1	2	4	4	4	2	4	4	3	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	4	4	1
Lestiyani	Psikologi	2017	4	3	3	3	4	4	3	1	3	3	4	2	4	1	1	3	1	4	1	1	1	2	3
Hafid zunnur	Psikologi	2017	4	4	2	3	2	1	4	3	2	4	3	1	2	3	4	2	1	1	2	3	4	2	1
Nadila Faridatus Saadah	Psikologi	2017	3	3	2	2	3	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	2
Dela Rah	Psikologi	2017	3	3	1	3	2	4	2	4	3	2	4	1	2	1	1	2	3	3	1	1	1	3	2

matunisa																									
Istirochah	Psikologi	2017	2	2	3	3	4	4	1	1	2	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2
Shofi Meleonia	Psikologi	2017	1	1	2	3	2	4	1	3	4	2	4	2	1	1	1	1	3	1	3	2	1	4	1
Hilyatul Ulya	Psikologi	2017	4	3	3	3	4	4	3	1	3	3	4	2	4	1	1	3	1	4	1	1	1	2	3
Husna Kari mah	Psikologi	2017	4	4	2	3	2	1	4	3	2	4	3	1	2	3	4	2	1	1	2	3	4	2	1
Nur Chayati	Psikologi	2017	3	3	2	2	3	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	2

Lampiran 3. Keseluruhan Skor Aitem Variabel Harga Diri

aitem 1	aitem 2	aitem 3	aitem 4	aitem 5	aitem 6	aitem 7	aitem 8	aitem 9	aitem 10	aitem 11	aitem 12	aitem 13	aitem 14	aitem 15	aitem 16	aitem 17	aitem 18	aitem 19	aitem 20	aitem 21
3	4	4	3	2	4	4	4	3	1	2	1	3	1	3	2	1	4	3	3	4
3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
3	4	4	4	1	4	3	1	2	2	4	3	3	2	4	1	1	3	3	3	4
3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	1	1	3	1	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	1	1	4	4	4	1	3	4	4	4	4
3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	4
2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	1	2	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4
2	3	2	4	3	3	3	4	3	1	3	3	1	3	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	2	4	3
4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
4	4	1	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
4	4	1	4	3	4	4	4	4	1	4	4	2	3	4	4	2	4	3	4	4
3	2	4	2	3	4	1	2	4	4	4	3	1	1	1	4	2	3	2	3	3
3	4	2	4	3	1	3	3	3	1	3	3	1	2	4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
3	3	3	1	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4
1	3	1	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	2	4	3	4	4
2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3
4	1	2	1	3	2	1	1	4	2	1	1	1	2	1	1	4	2	1	1	1
3	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2
3	3	2	4	4	4	2	2	3	1	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4
3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	2	2	1	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4
4	4	1	3	4	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	3	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	1	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	4	3
3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4
2	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	2	1	2	1	1
4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
2	4	1	1	4	1	3	4	3	1	1	2	3	1	4	2	2	4	4	2	4
3	1	2	3	4	3	1	2	3	2	2	3	3	1	2	3	4	2	1	2	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	4	4	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	1	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	2	1	2	1	2	2	1	1	3	1	2	2	1	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	1	2	2	2	1	4	4	3	1	4	3	3	2	2	3	3	2	2
2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	1
4	3	3	4	3	2	4	3	4	1	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	1	4	3	3	4	3	1	4	3	4	1	4	2	2	4	4	3	4
4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3
3	4	1	4	4	1	4	4	4	1	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4
3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3
4	3	2	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	1	4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
4	4	2	4	4	4	2	1	4	1	2	1	4	2	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	4	4
2	2	2	4	3	1	1	3	2	4	1	1	1	1	2	1	2	3	3	3	4
3	4	3	4	4	2	3	3	4	1	3	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	2	3	1	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4
3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2	1	3	3	1	4	4	4	4

3	4	3	4	3	2	4	4	4	2	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	3	3	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4
3	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3
3	4	2	4	4	2	4	4	1	3	3	3	4	2	4	2	4	4	3	4	4
3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	2	3	3	4	4	3	3	3	4
4	4	1	4	4	4	4	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	4	4
4	4	1	4	4	4	4	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	2	2	4	3	4	4	3	4	4
3	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	1	2	2	2	1	4	4	3	1	4	3	3	2	2	3	3	2	2
2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	1
4	3	3	4	3	2	4	3	4	1	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	1	4	3	3	4	3	1	4	3	4	1	4	2	2	4	4	3	4
4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3
3	4	1	4	4	1	4	4	4	1	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4
3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3
4	3	2	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	1	4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
4	4	2	4	4	4	2	1	4	1	2	1	4	2	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	4	4
2	2	2	4	3	1	1	3	2	4	1	1	1	1	2	1	2	3	3	3	4
3	4	3	4	4	2	3	3	4	1	3	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	2	3	1	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4
3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2	1	3	3	1	4	4	4	4
3	4	4	4	1	4	3	1	2	2	4	3	3	2	4	1	1	3	3	3	4

3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	1	1	3	1	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	1	1	4	4	4	1	3	4	4	4	4
3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	4
2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	1	2	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4
2	3	2	4	3	3	3	4	3	1	3	3	1	3	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	2	4	3
4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
4	4	1	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3

Lampiran 4 Keseluruhan Skor Aitem Variabel Citra Tubuh

aitem 1	aitem 2	aitem 3	aitem 4	aitem 5	aitem 6	aitem 7	aitem 8	aitem 9	aitem 10	aitem 11	aitem 12	aitem 13	aitem 14	aitem 15	aitem 16
3	3	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	1	2	1	2
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
2	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	1
3	2	1	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	1	3
4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2
3	2	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
3	2	3	3	1	2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2
2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	2	4	2
3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4
4	4	2	3	1	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2
2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	1	3	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
3	2	4	2	4	2	1	4	4	2	2	2	3	4	4	3
2	1	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2
3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2
1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	1
2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2
2	3	1	3	1	4	4	3	3	2	4	3	1	1	1	3
2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3
1	1	4	4	1	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4

4	1	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	1	2	4	1
3	3	2	2	4	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	3
2	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4
2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1	2
2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1
2	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4
3	2	3	1	1	2	4	2	3	3	2	3	1	2	2	3
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	4	4	3
2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
3	2	2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	2	4	2	1
2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
1	1	1	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	1	1	2
3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2
3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
2	3	2	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1
2	2	3	3	1	4	2	2	4	2	2	3	2	2	1	1
3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2
4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2
2	2	1	2	2	4	2	3	3	2	2	3	1	2	1	1

3	3	3	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1
1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
2	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
2	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2	1
2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3
4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1
4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	1
3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3
4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	4	4	3
2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
3	2	2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	2	4	2	1
2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
1	1	1	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	1	1	2
3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2
3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
2	3	2	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1
2	2	3	3	1	4	2	2	4	2	2	3	2	2	1	1
3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2
4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2
2	2	1	2	2	4	2	3	3	2	2	3	1	2	1	1
2	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	1

3	2	1	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	1	3
4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2
3	2	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
3	2	3	3	1	2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2
2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	2	4	2
3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4
4	4	2	3	1	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2
2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3

Lampiran 5

Hasil Reabilitas dan Validitas

Reabilitas Variabel Presentasi Diri Secara Online

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	45

Reabilitas Variabel Harga Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	33

Reabilitas Variabel Citra Tubuh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	39

Validitas Variabel Presentasi Diri Secara Online

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	102.70	83.276	-.173	.778
VAR00002	103.04	83.345	-.172	.779
VAR00003	103.32	81.324	-.014	.775
VAR00004	103.44	81.680	-.040	.776
VAR00005	103.80	79.796	.176	.766
VAR00006	103.06	82.262	-.085	.774
VAR00007	103.96	77.672	.399	.759
VAR00008	104.04	77.182	.375	.759
VAR00009	103.60	82.204	-.078	.777
VAR00010	103.38	76.730	.345	.759
VAR00011	103.42	75.759	.491	.754
VAR00012	103.04	86.284	-.394	.788
VAR00013	103.02	85.857	-.441	.785
VAR00014	103.46	76.009	.342	.759
VAR00015	103.00	79.469	.230	.765
VAR00016	102.94	76.058	.323	.760
VAR00017	103.34	77.780	.277	.762
VAR00018	103.06	79.935	.083	.771
VAR00019	103.68	77.528	.242	.764
VAR00020	103.90	75.806	.414	.756
VAR00021	103.22	79.277	.203	.765
VAR00022	103.38	81.587	-.030	.775
VAR00023	103.80	73.837	.570	.749
VAR00024	103.08	75.749	.441	.755
VAR00025	103.82	75.334	.644	.751
VAR00026	103.10	77.357	.410	.759
VAR00027	103.88	76.026	.581	.753
VAR00028	103.96	77.019	.471	.757
VAR00029	103.22	79.277	.136	.768
VAR00030	104.42	77.432	.339	.760
VAR00031	104.38	77.424	.340	.760
VAR00032	104.36	77.215	.410	.758
VAR00033	104.40	81.673	-.027	.772
VAR00034	103.78	77.644	.250	.763
VAR00035	103.56	77.762	.300	.762
VAR00036	103.66	77.168	.333	.760
VAR00037	103.78	76.502	.367	.758
VAR00038	103.86	79.470	.197	.765
VAR00039	103.76	78.431	.248	.764
VAR00040	103.80	75.061	.471	.754
VAR00041	103.86	72.939	.624	.746
VAR00042	103.06	77.037	.359	.759
VAR00043	103.86	79.102	.166	.767
VAR00044	104.02	78.306	.298	.762
VAR00045	103.26	79.176	.168	.767

Validitas Variabel Harga Diri

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	88.18	84.926	.383	.823
VAR00002	88.64	86.888	.192	.829
VAR00003	87.86	86.286	.328	.825
VAR00004	88.90	85.847	.296	.826
VAR00005	88.52	87.275	.137	.831
VAR00006	88.00	85.714	.305	.825
VAR00007	88.50	85.929	.268	.826
VAR00008	88.80	87.510	.146	.830
VAR00009	88.50	88.704	.073	.831
VAR00010	88.98	95.040	-.460	.845
VAR00011	88.02	85.612	.341	.824
VAR00012	88.62	83.342	.413	.822
VAR00013	87.98	77.204	.744	.808
VAR00014	87.96	87.468	.204	.828
VAR00015	88.06	79.609	.708	.811
VAR00016	88.78	85.481	.214	.829
VAR00017	88.26	80.686	.597	.815
VAR00018	88.82	83.783	.294	.827
VAR00019	88.32	79.814	.582	.815
VAR00020	88.40	80.286	.553	.816
VAR00021	88.62	83.465	.375	.823
VAR00022	88.76	84.390	.335	.824
VAR00023	88.62	85.669	.228	.828
VAR00024	88.58	86.534	.188	.829
VAR00025	88.08	85.340	.375	.823
VAR00026	88.20	85.061	.363	.824
VAR00027	88.42	83.106	.394	.822
VAR00028	87.60	85.796	.413	.823
VAR00029	87.82	86.314	.291	.826
VAR00030	87.70	84.051	.498	.820
VAR00031	88.28	85.757	.256	.827
VAR00032	88.12	86.924	.204	.828
VAR00033	87.66	85.086	.457	.822

Validita Variabel Citra Tubuh

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	100.82	74.926	.511	.722
VAR00002	100.80	77.796	.353	.732
VAR00003	100.94	81.241	.201	.741
VAR00004	100.76	84.553	-.067	.756
VAR00005	100.76	78.553	.339	.734
VAR00006	100.82	79.661	.283	.737
VAR00007	100.66	79.902	.338	.735
VAR00008	100.60	84.041	-.020	.750
VAR00009	100.60	82.041	.160	.742
VAR00010	100.80	80.531	.231	.739
VAR00011	100.90	79.439	.364	.734
VAR00012	100.20	79.061	.480	.731
VAR00013	100.40	76.408	.542	.724
VAR00014	100.20	77.306	.660	.724
VAR00015	100.16	79.525	.388	.733
VAR00016	100.16	78.137	.549	.728
VAR00017	100.18	79.130	.496	.731
VAR00018	100.78	88.379	-.337	.764
VAR00019	100.28	81.349	.288	.738
VAR00020	100.94	80.956	.238	.739
VAR00021	100.68	78.467	.316	.735
VAR00022	100.84	79.525	.281	.737
VAR00023	100.56	78.496	.442	.730
VAR00024	100.46	82.213	.210	.741
VAR00025	101.00	82.449	.108	.745
VAR00026	100.84	79.811	.285	.737
VAR00027	100.72	80.696	.222	.740
VAR00028	100.70	83.071	.006	.754
VAR00029	101.04	84.692	-.075	.757
VAR00030	100.52	84.744	-.079	.757
VAR00031	101.28	82.736	.042	.750
VAR00032	100.88	79.700	.216	.741
VAR00033	100.86	80.653	.164	.743
VAR00034	100.82	81.253	.153	.743
VAR00035	100.88	81.659	.126	.745
VAR00036	100.76	76.513	.541	.724
VAR00037	100.78	80.583	.283	.737
VAR00038	101.02	80.673	.255	.738
VAR00039	100.52	80.255	.208	.741

Lampiran 6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PresentasiDiri	HargaDiri	CitraTubuh
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	51.16	62.93	47.03
	Std. Deviation	7.506	9.195	7.083
Most Extreme Differences	Absolute	.093	.096	.052
	Positive	.093	.082	.050
	Negative	-.059	-.096	-.052
Test Statistic		.093	.096	.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.032 ^c	.023 ^c	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 7

Uji Linearitas

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PresentasiDiri * HargaDiri	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PresentasiDiri * CitraTubuh	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Presentasi Diri – Harga Diri

Report

PresentasiDiri

HargaDiri	Mean	N	Std. Deviation
37	58.00	1	.
45	51.00	1	.
46	49.00	2	1.414
48	53.00	1	.
49	56.40	5	2.966
51	50.20	5	4.658
53	53.00	4	14.376
54	48.00	4	1.633
56	52.00	1	.
57	50.00	3	5.196
58	50.00	1	.
59	58.86	7	3.579
60	48.00	1	.
61	42.75	4	6.185
62	53.00	1	.
63	48.50	4	7.326
64	52.60	5	5.771
65	51.10	10	9.122
66	45.00	2	.000
67	52.75	4	4.113
68	50.00	7	8.794
69	51.33	3	12.097
70	54.57	7	3.207
71	41.00	1	.
72	49.75	8	12.533
74	44.00	2	4.243
75	45.00	1	.
80	51.00	1	.
82	58.00	1	.
84	49.00	3	4.583
Total	51.16	100	7.506

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PresentasiDiri * HargaDiri	Between Groups	(Combined)	1508.102	29	52.004	.895	.621
		Linearity	79.720	1	79.720	1.371	.246
		Deviation from Linearity	1428.382	28	51.014	.878	.641
	Within Groups		4069.338	70	58.133		
Total			5577.440	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PresentasiDiri * HargaDiri	-.120	.014	.520	.270

Presentasi Diri – Citra Tubuh

Report

PresentasiDiri

CitraTubuh	Mean	N	Std. Deviation
31	74.00	1	.
33	46.67	3	.577
35	56.50	4	3.416
36	49.00	2	1.414
37	53.00	1	.
38	38.00	1	.
39	57.00	2	1.414
40	48.40	5	7.893
41	50.00	1	.
42	49.33	6	7.448
43	53.67	3	6.028
44	48.00	5	3.674
45	51.17	6	5.419
46	54.89	9	7.356
47	53.40	5	4.879
48	42.33	3	4.509
49	53.50	6	9.460
50	48.00	3	9.644
51	51.86	7	6.890
52	45.50	2	2.121
53	45.75	4	3.500
54	59.88	8	7.936
55	43.60	5	3.507
57	50.00	3	4.359
61	47.00	2	.000
62	48.67	3	3.215
Total	51.16	100	7.506

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PresentasiDiri * CitraTubuh	Between Groups	(Combined)	2660.636	25	106.425	2.700	.001
		Linearity	52.055	1	52.055	1.321	.254
		Deviation from Linearity	2608.581	24	108.691	2.758	.000
	Within Groups		2916.804	74	39.416		
Total			5577.440	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PresentasiDiri * CitraTubuh	-.097	.009	.691	.477

Lampiran 8
Uji Multikolinieritas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.813	2	41.407	.731	.484 ^b
	Residual	5494.627	97	56.646		
	Total	5577.440	99			

a. Dependent Variable: presentasi diri

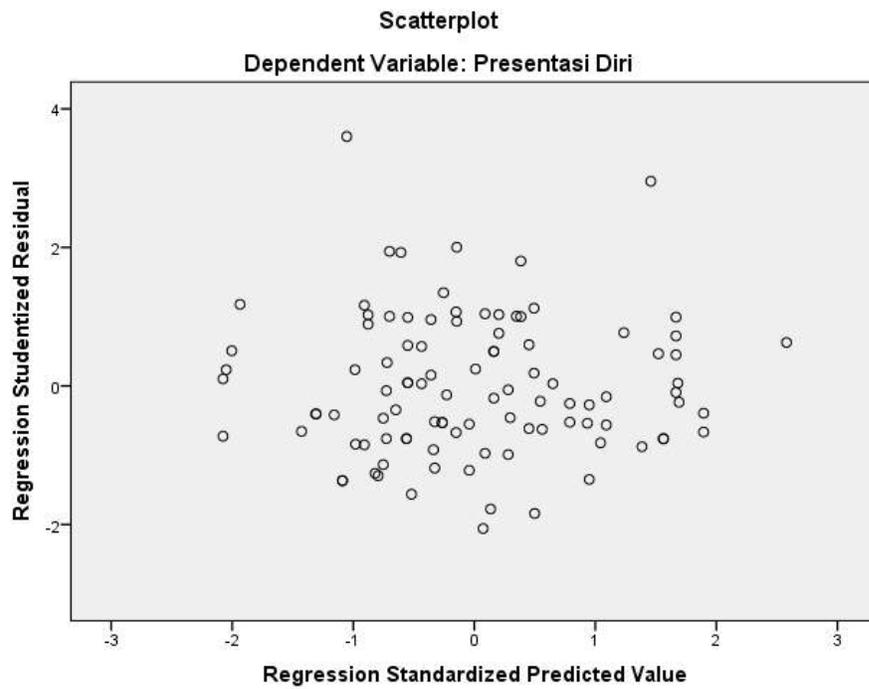
b. Predictors: (Constant), citra tubuh, harga diri

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	57.801	5.651		10.229	.000		
	harga diri	-.081	.110	-.099	-.737	.463	.564	1.772
	citra tubuh	-.033	.142	-.031	-.234	.816	.564	1.772

a. Dependent Variable: presentasi diri

Lampiran 9
Uji Heterokedasitas



Lampiran 10
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.122 ^a	.015	-.005	7.526	1.720

a. Predictors: (Constant), citra tubuh, Harga diri

b. Dependent Variable: Presentasi Diri

Lampiran 11

Uji Deskripsi

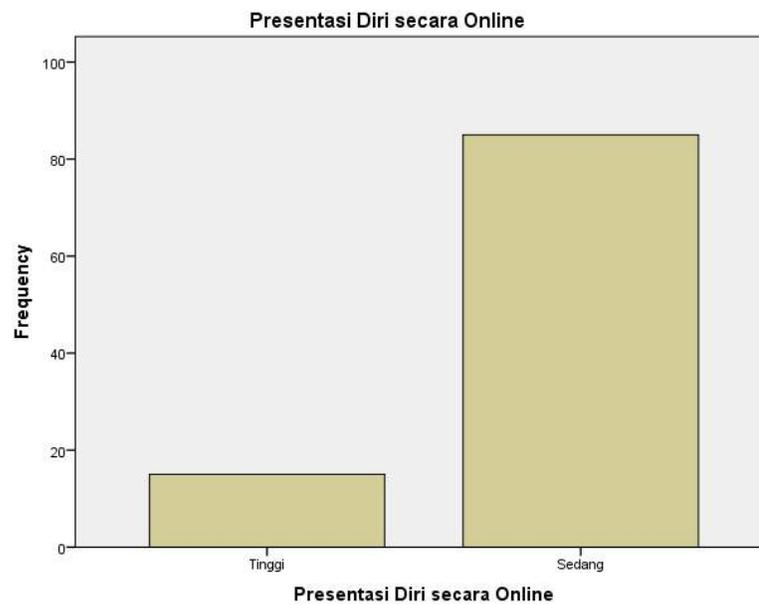
Statistics

Presentasi Diri secara Online

N	Valid	100
	Missing	0

Presentasi Diri secara Online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tinggi	15	15.0	15.0	15.0
Sedang	85	85.0	85.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



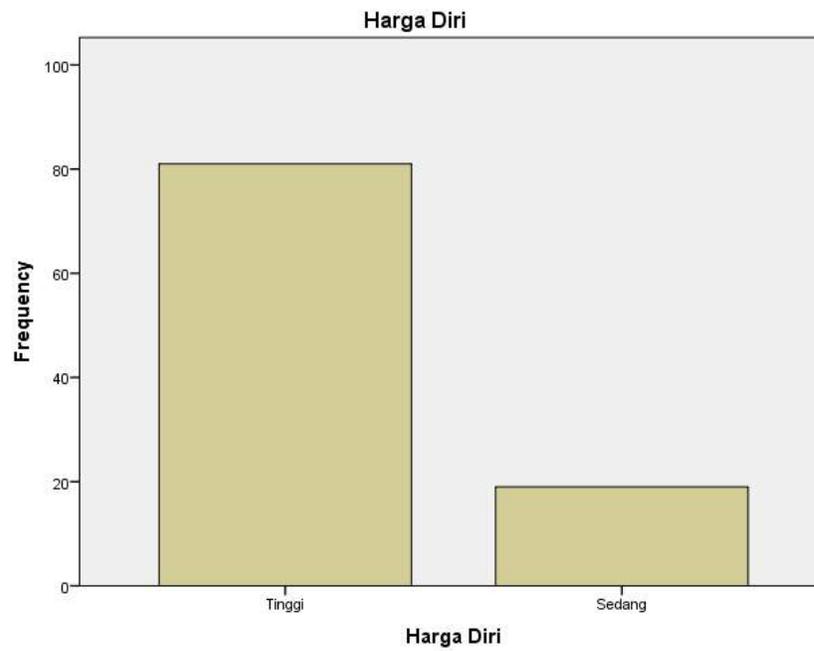
Statistics

Harga Diri

N	Valid	100
	Missing	0

Harga Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	81	81.0	81.0	81.0
	Sedang	19	19.0	19.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	



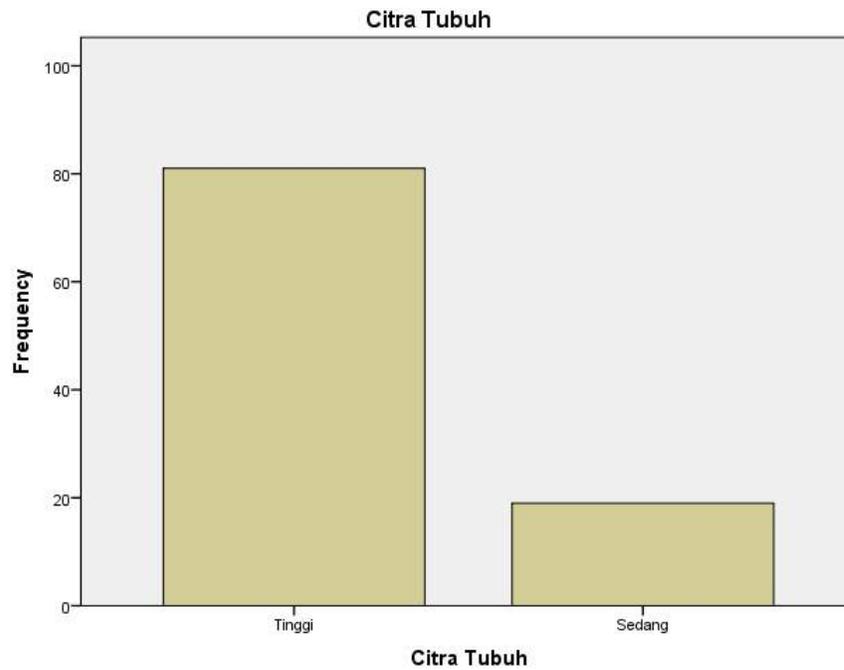
Statistics

Citra Tubuh

N	Valid	100
	Missing	0

Citra Tubuh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tinggi	81	81.0	81.0	81.0
Sedang	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 12

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	57.801	5.651		10.229	.000	
	harga diri	-.081	.110	-.099	-.737	.463	.564
	citra tubuh	-.033	.142	-.031	-.234	.816	.564

a. Dependent Variable: presentasi diri

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.813	2	41.407	.731	.484 ^b
	Residual	5494.627	97	56.646		
	Total	5577.440	99			

a. Dependent Variable: presentasi diri

b. Predictors: (Constant), citra tubuh, harga diri

Lampiran 13
Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	citra tubuh, Harga diri ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Presentasi Diri

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.122 ^a	.015	-.005	7.526	1.720

a. Predictors: (Constant), citra tubuh, Harga diri

b. Dependent Variable: Presentasi Diri

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.813	2	41.407	.731	.484 ^b
	Residual	5494.627	97	56.646		
	Total	5577.440	99			

a. Dependent Variable: Presentasi Diri

b. Predictors: (Constant), citra tubuh, Harga diri

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	57.801	5.651		10.229	.000
	Harga diri	-.081	.110	-.099	-.737	.463
	citra tubuh	-.033	.142	-.031	-.234	.816

a. Dependent Variable: Presentasi Diri

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	harga diri	citra tubuh
1	1	2.981	1.000	.00	.00	.00
	2	.012	15.822	.99	.12	.22
	3	.007	20.308	.01	.88	.78

a. Dependent Variable: presentasi diri