

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
DENGAN PRESENTASI DIRI (*SELF PRESENTATION*)
PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM
DI SMA NEGERI 2 SABANG**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

MAULIDIA RIZQA EFFENDI

NIM. 180901119



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023**

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
DENGAN PRESENTASI DIRI (*SELF PRESENTATION*)
PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM
DI SMA NEGERI 2 SABANG**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)**

Oleh:

Maulidia Rizqa Effendi

NIM. 180901119

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

جامعۃ الرانیری

Pembimbing II

AR-RANIRY

**Cut Rizka Aliana, S.Psi., M.Si
NIP. 199010312019032014**

Nurul Adharina, S.Psi., M.Psi., Psikolog

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
DENGAN PRESENTASI DIRI (*SELF PRESENTATION*)
PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM
DI SMA NEGERI 2 SABANG**

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)**

Diajukan Oleh:

**MAULIDIA RIZQA EFFENDI
NIM. 180901119**

Pada Hari/Tanggal : Jum'at, 14 Juli 2023
25 Dzulhijjah 1444 H

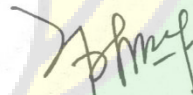
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Ketua



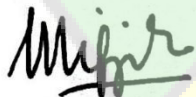
Cut Rizka Aliana, S.Psi., M.Si
NIP. 199010312019032014

Sekretaris



Nurul Adharina, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Penguji I



Miftahul Jannah, S.Ag., M.Si
NIP. 197601102006042002

Penguji II



Vera Nova S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIDN. 2009028201

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry,




Dr. Muslim, M.Si
NIP. 196610231994021001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya:

Nama : Maulidia Rizqa Effendi

NIM : 180901119

Jenjang : Strata Satu (S-1)

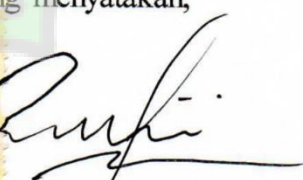
Prodi : Psikologi UIN Ar-Raniry

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga pernah terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 27 Juni 2023

Yang menyatakan,




Maulidia Rizqa Effendi
NIM. 180901119

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji beserta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya setiap waktu. Shalawat dan salam mari sama-sama kita doakan kepada Allah SWT. untuk dilimpahkan rahmat kepada baginda Nabi Muhammad SAW., yang telah memperjuangkan Islam dan membawa umatnya kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Alhamdulillah berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Harga Diri (*Self Esteem*) Dengan Presentasi Diri (*Self Presentation*) Pada Remaja Pengguna Instagram Di SMA Negeri 2 Sabang”

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan moral dan moril dari berbagai pihak, keluarga dan teman-teman terdekat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Muslim, M. Si sebagai Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada semua mahasiswa Psikologi.
2. Bapak Dr. Syafrilsyah. S.Ag., M. Si. sebagai Wakil Dekan I bidang Akademik dan Kelembagaan yang telah membantu dalam proses akademik mahasiswa.

3. Ibu Misnawati, S. Ag., M. Ag. Ph.D sebagai Wakil Dekan II bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan yang telah membantu dalam administrasi mahasiswa.
4. Bapak Drs. Nasruddin, M. Hum. sebagai Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada mahasiswa.
5. Ibu Cut Rizka Aliana, S.Psi., M.Si selaku penasehat akademik serta pembimbing I dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah banyak membantu dan memberikan masukan serta telah meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Nurul Adharina, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku pembimbing II dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah banyak membantu dan memberikan masukan serta telah meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis.
7. Ibu Miftahul Jannah, S.Ag., M.Si selaku penguji I yang dalam penyusunan skripsi ini telah banyak membantu dan memberikan segala masukan.
8. Ibu Vera Nova S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku penguji II yang dalam penyusunan skripsi ini telah banyak membantu dan memberikan segala masukan.
9. Kepada seluruh dosen beserta staf program studi Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat dengan ikhlas dan tulus.

10. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta Ayah Effendi dan Ibu Nova Reni. Serta kepada saudara tercinta Abang Maulidi Rizki Effendi dan Adik Alya Tafani Effendi yang telah memberikan dukungan serta doa yang tiada henti-hentinya sehingga penulis bisa sampai ke tahap akhir penyelesaian program S-1 ini.
11. Kepada para sahabat yaitu Liza Ramadhani S.Psi, Cut Nazirrah Sabila S.Psi, Dini Fahira S.Psi, Nurul Arifin S.Psi, Tiara Adisti A.Md.Kep, Riska Tri Ananda S.Ked, Novia Sabila S.Si, dan Rita Maulina S.H yang selama ini telah banyak memberikan dukungan, membantu dan mendoakan penulis dalam melewati masa senang dan susah.
12. Terima kasih kepada teman-teman yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi yaitu seluruh teman leting 2018 lainnya yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu karena telah dengan sabar memberi petunjuk dan penjelasan kepada penulis serta telah meluangkan waktu dan tenaga demi membantu penulis menyelesaikan skripsi dengan baik.
13. Terima kasih juga kepada SMA Negeri 2 Sabang yang telah memberikan kesempatan agar penulis dapat meneliti di tempat tersebut. Serta kepada responden yaitu siswa/i SMA Negeri 2 Sabang yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
14. Kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penelitian ini, semoga Allah SWT memudahkan segala urusan dan membalas jasa-jasanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karna kesempurnaan itu sesungguhnya hanyalah milik Allah SWT. oleh karena itu saran dan kritikan dari pembaca sangat diharapkan. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak, terutama bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Banda Aceh, 27 Juni 2022
Yang Menyatakan,



Maulidia Rizqa Effendi
180901119



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Keaslian Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Presentasi Diri (<i>Self Presentation</i>).....	12
1. Definisi presentasi diri.....	12
2. Aspek presentasi diri.....	13
3. Faktor presentasi diri	14
B. Harga Diri (<i>Self Esteem</i>).....	16
1. Definisi harga diri.....	16
2. Aspek harga diri.....	18
3. Faktor harga diri.....	19
C. Hubungan Antara Harga Diri (<i>Self Esteem</i>) Dengan Presentasi Diri (<i>Self Presentation</i>).....	21
D. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan Dan Metodologi Penelitian.....	23
B. Identifikasi Variable Penelitian	23
C. Definisi Operasional Variabel Penelitia	24
D. Subjek Penelitian.....	24
1. Populasi.....	24
2. Sampel	25
E. Persiapan dan Pelaksanann Penelitian.....	27
1. Administrasi Penelitian.....	27
2. Pelaksanaan Uji Coba (Try Out) Alat Ukur.....	27
3. Pelaksanaan Penelitian.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1. Alat Ukur Penelitian	28
2. Uji Validitas.....	31
3. Uji Daya Beda Item	34

4.	Uji Reliabilitas	37
G.	Teknik Analisis Data	39
1.	Uji Prayarat	39
2.	Uji Normalitas.....	39
3.	Uji Linearitas	40
4.	Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
A.	Deskripsi Lokasi Dan Subjek Penelitian	42
1.	Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
2.	Subjek Berdasarkan Kelas	42
B.	Analisis Data Penelitian	43
1.	Analisis Deskriptif	43
2.	Analisis uji prasyarat	47
3.	Analisis uji hipotesis.....	49
C.	Pembahasan	50
BAB V PENUTUP.....		53
A.	Kesimpulan.....	53
B.	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual22



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi Siswa/i Kelas X s/d XII SMA Negeri 2 Sabang.....	25
Tabel 3.2 Penarikan Sampel Penelitian.....	26
Tabel 3.3 Blue Print Skala Presentasi Diri.....	29
Tabel 3.4 Blue Print Skala Harga Diri	30
Table 3.5 Koefisien CVR Skala Presentasi Diri	33
Tabel 3.6 Koefisien CVR Skala Harga Diri.....	33
Tabel 3.7 Koefisien Daya Beda Aitem Skala Presentasi Diri.....	35
Table 3.8 Blueprint Akhir Skala Presentasi Diri.....	36
Table 3.9 Koefisien Daya Beda Aitem Skala Harga Diri	36
Table 3.10 Blueprint Akhir Skala Harga Diri	37
Table 3.11 Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach.....	38
Tabel 4.1 Data Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Data Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Kelas.....	43
Tabel 4.3 Deskripsi Data Penelitian Presentasi Diri	44
Tabel 4.4 Kategorisasi Presentasi Diri	45
Tabel 4.5 Deskripsi Data Penelitian Harga Diri.....	46
Tabel 4.6 Kategorisasi Harga Diri	47
Table 4.7 Hasil Uji Normalitas Sebaran	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas Hubungan	48
Tabel 4. 9 Uji Hipotesis Data Penelitian.....	49
Tabel 4. 10 Analisis Measure of Association.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Penelitian
Lampiran 3	Hasil Olah Data
Lampiran 4	SK Penelitian
Lampiran 5	Surat Izin Penelitian
Lampiran 6	Surat Feedback Dari Tempat Penelitian
Lampiran 7	Riwayat Hidup



**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
DENGAN PRESENTASI DIRI (*SELF PRESENTATION*)
PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM
DI SMA NEGERI 2 SABANG**

ABSTRAK

Presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Harga diri merupakan faktor penting bagi individu untuk melakukan presentasi diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri (*self esteem*) dengan presentasi diri (*self presentation*) pada remaja pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala harga diri dan skala presentasi diri. Populasi pada penelitian ini yaitu siswa/i SMA Negeri 2 Sabang yang berjumlah 409. Teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling* yang berjumlah 109 siswa/i. Analisis data yang digunakan adalah korelasi dari Spearman. Hasil penelitian ini memperoleh nilai koefisien korelasi rho $\rho = 0,546$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) yang berarti bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada remaja pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang. Semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi pula presentasi diri, sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin rendah pula presentasi diri pada remaja pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang

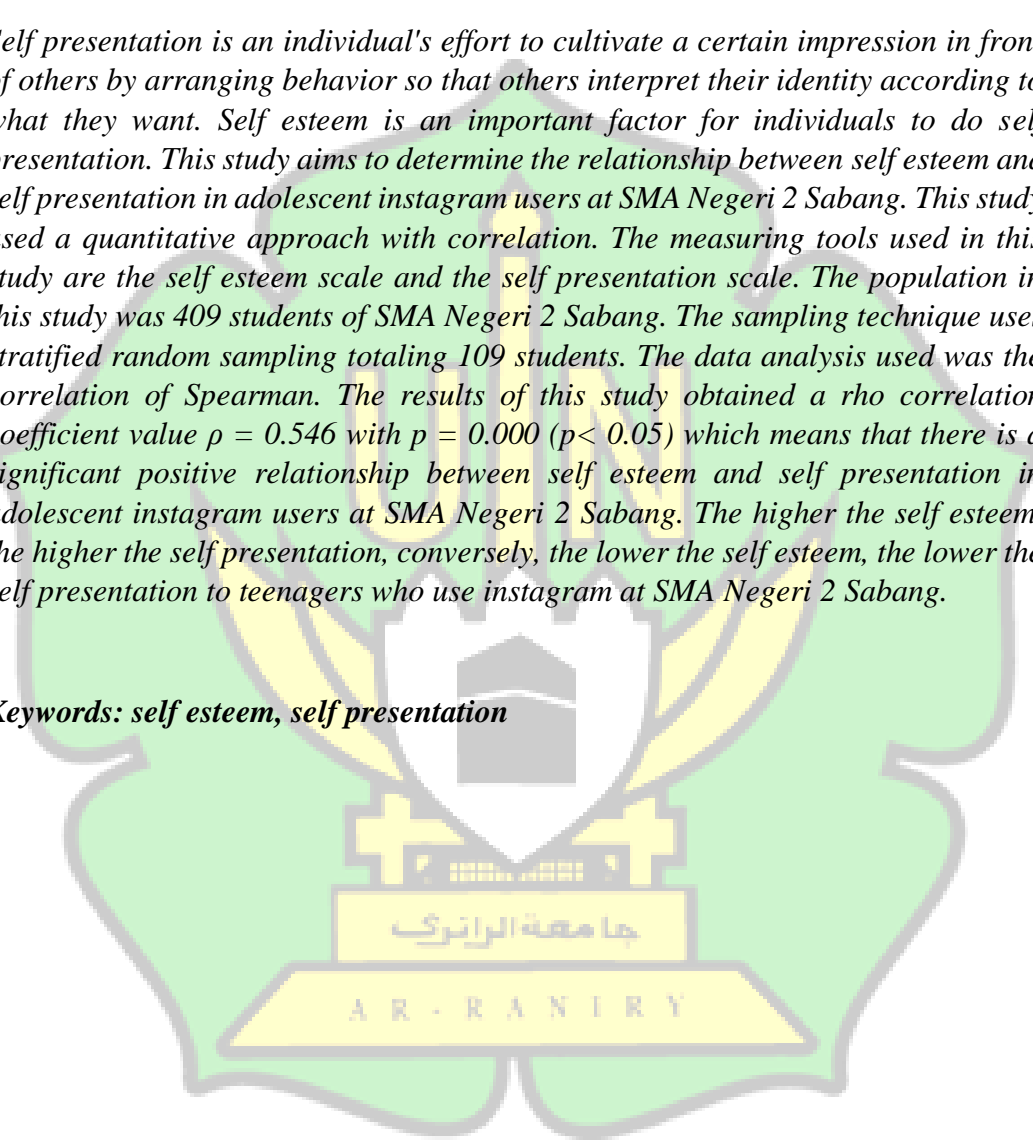
Kata Kunci: harga diri, presentasi diri

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF ESTEEM AND
SELF PRESENTATION IN TEEN INSTAGRAM USERS
AT SMA NEGERI 2 SABANG**

ABSTRACT

Self presentation is an individual's effort to cultivate a certain impression in front of others by arranging behavior so that others interpret their identity according to what they want. Self esteem is an important factor for individuals to do self presentation. This study aims to determine the relationship between self esteem and self presentation in adolescent instagram users at SMA Negeri 2 Sabang. This study used a quantitative approach with correlation. The measuring tools used in this study are the self esteem scale and the self presentation scale. The population in this study was 409 students of SMA Negeri 2 Sabang. The sampling technique uses stratified random sampling totaling 109 students. The data analysis used was the correlation of Spearman. The results of this study obtained a rho correlation coefficient value $\rho = 0.546$ with $p = 0.000$ ($p < 0.05$) which means that there is a significant positive relationship between self esteem and self presentation in adolescent instagram users at SMA Negeri 2 Sabang. The higher the self esteem, the higher the self presentation, conversely, the lower the self esteem, the lower the self presentation to teenagers who use instagram at SMA Negeri 2 Sabang.

Keywords: self esteem, self presentation



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa remaja merupakan masa peralih antara masa kehidupan anak-anak dan masa kehidupan orang dewasa yang ditandai dengan pertumbuhan dan perkembangan biologis dan psikologis. Hurlock (1992) mengemukakan bahwa remaja merupakan suatu periode transisi dari masa anak-anak menuju dewasa awal dan mencapai kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Menurut Hurlock (1990) fase remaja terbagi menjadi masa remaja awal berlangsung dari usia 13-17 tahun dan masa remaja akhir yang berlangsung dari usia 17- 18 tahun. Remaja mempunyai kebutuhan yang kuat untuk disukai dan diterima oleh teman sebaya atau suatu kelompok. Akibatnya mereka akan senang jika diterima serta sebaliknya mereka akan merasa tertekan dan cemas jika dikucilkan serta diremehkan oleh teman-teman sebayanya (Diananda, 2018). Masa remaja juga adalah masa dimana seorang manusia berada pada fase mencari jati diri, hal ini dikarenakan keinginan untuk berusaha mengenal siapa diri mereka yang sebenarnya dan untuk menunjukkan keberadaan diri untuk menerima pengakuan atau agar dianggap keberadaannya di tengah-tengah masyarakat (Hurlock, 1990). Namun, di era dengan perkembangan teknologi yang pesat menunjukkan eksistensi diri tidak hanya bisa dilakukan di dunia nyata saja, melainkan juga bisa dilakukan di dunia maya.

Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, salah satunya adalah inovasi

teknologi komunikasi berupa media sosial. Media sosial yaitu sebuah platform online untuk berkomunikasi dan juga berinteraksi secara jauh tanpa terbatas ruang dan waktu. Salah satu media sosial yang saat ini seringkali digunakan oleh setiap orang ialah instagram. Instagram adalah platform media sosial untuk berbagi foto dan video. Saat ini, instagram memiliki banyak fitur seperti Direct Messages (DM), Instagram Stories, IGTV, dan sejenisnya. Dengan mengikuti akun orang lain, salah satu sistem sosial Instagram. Dengan menunjukkan bahwa seseorang menyukai atau mengomentari foto Instagram orang lain, individu juga dapat berkomunikasi dengan pengguna Instagram lainnya. (Kusumasari & Hidayati, 2014).

Riset dari DataReportal pada awal tahun 2022 menunjukkan bahwa instagram merupakan peringkat ke-3 sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia yang mencapai 99,15 juta pengguna, sehingga membuat Indonesia menempati peringkat ke 4 sebagai pengguna aktif instagram terbanyak di dunia (Kemp, Digital 2022: Indonesia, 2022). Instagram juga menempati posisi pertama pada kategori mengunggah atau membagikan foto dan video pada media sosial (Kemp, 2023). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial instagram. Instagram juga menjadi media sosial yang sangat ideal bagi remaja untuk berinteraksi serta menunjukkan eksistensi yang dimilikinya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa instagram mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan remaja. Melalui jejaring sosial Instagram remaja dapat membagikan foto, video serta berbagai momen pada temannya. Selain itu, instagram juga dijadikan media untuk menampilkan diri melalui foto dan video

serta caption yang menarik dengan tujuan untuk menunjukkan eksistensinya didunia maya. Untuk menunjukkan eksistensi dirinya tersebut maka setiap remaja berusaha untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin (Pradita & Kristanty, 2018). Perilaku remaja yang berusaha untuk memberikan kesan yang baik di depan orang lain dengan cara menampilkan perilaku sebaik mungkin ini disebut dengan presentasi diri (*self presentation*).

Presentasi diri (*self presentation*) mulai di kenalkan pada tahun 1959 oleh seorang sosiolog bernama Erving Goffman, dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*. Sementara pada bidang psikologi yaitu Baumeister (1986) yang menggambarkan presentasi diri dalam bukunya *privat and public identity*. Dalam bukunya tersebut Baumeister (1986) mengungkapkan bahwa presentasi diri merupakan usaha individu untuk menunjukkan citra pribadinya (*public image of the self*) di hadapan orang lain. Konsep citra publik (*public image*) tersebut dimaknai sebagai gambaran diri seseorang yang telah dikonstruksi, dimodifikasi, dan dimainkan selama interaksi dengan orang lain berlangsung (Prastika, Pakuningjati, & dkk, 2018).

Maraknya penggunaan media sosial membuat presentasi diri pada media sosial menjadi kegiatan yang sangat krusial bagi para remaja. Presentasi diri umumnya dilakukan seorang untuk memulai sebuah korelasi dengan orang lain dengan cara pengungkapan diri. Dengan kata lain remaja melakukan presentasi diri supaya dapat diterima dengan baik oleh lingkungan sekitarnya. Agar bisa lebih diterima maka remaja akan melakukan pengelolaan kesan, yaitu proses dimana individu melakukan seleksi serta mengontrol sikap mereka sesuai dengan situasi

dimana perilaku itu dihadirkan dan memproyeksikan pada orang lain suatu image yang diinginkannya (Dayakisni & Hudaniah. 2009). Oleh sebab itu, media sosial dapat membantu remaja untuk membentuk ilustrasi diri yang diinginkan sebeb bebasnya dengan tujuan agar dapat diterima oleh orang lain disekitarnya (Kusumasari & Hidayati, 2014).

Seseorang akan melakukan apa saja untuk mendapatkan perhatian orang lain di media sosial karena presentasi diri sangat penting. Ilustrasinya adalah seorang wanita Los Angeles yang begitu asyik dengan media sosial hingga rela menjalani operasi plastik berkali-kali demi memperbaiki penampilannya saat mengambil foto atau video untuk diposting di akun media sosialnya (Nigrum, 2014).). Ilustrasi lain dari hal ini adalah seorang wanita Tionghoa yang, dalam upaya untuk menarik pria yang diinginkannya, memposting gambar dirinya yang memukau di media sosial. Namun ternyata setelah bertemu langsung, pria yang sebelumnya tertarik pada kecantikannya menjadi sangat kecewa karena citra diri wanita tersebut tidak sesuai dengan yang dia posting di media sosial. (Alia, 2015).

Michikyan dkk (2015) mengungkapkan bahwa sikap seseorang saat sedang menampilkan persentasi diri online akan cenderung menentukan sikap yang ingin ditampilkan demi mencapai tujuan tertentu. Hal ini dimulai dari menampilkan sisi diri yang tidak sama dengan keadaan sesungguhnya di kehidupannya sehari-hari, menampilkan standar ideal diri sendiri, serta menampilkan diri melalui seleksi sikap. Jika dalam berpersentasi diri tersebut didasari pada standar orang lain maka hal tersebut akan akan berdampak negatif bagi kondisi psikologis karena tidak terdapat kepuasan terhadap diri

sendiri serta cenderung membanding-bandingkan diri sendiri dengan orang lain (Michikyan et al., 2015).

Dari beberapa contoh, dapat ditarik kesimpulan bahwa seseorang perlu mengevaluasi kembali keuntungan dan kerugian dari menampilkan diri di Instagram. Tergantung pada bagaimana seseorang menampilkan dirinya, presentasi diri dapat memiliki efek positif atau negatif. Dampak negatif saat melakukan presentasi diri pada Instagram salah satunya yaitu, kurangnya rasa percaya diri dengan penampilannya sebagai akibat dari terbiasa meniru atau menampilkan kesan yang disukai dan diinginkan orang lain sehingga mengabaikan fakta tentang kehidupan asli yang dijalaninya.

Untuk melihat perilaku presentasi diri pada remaja pengguna Instagram, peneliti melakukan wawancara pada beberapa siswa di SMA Negeri 2 Sabang. Berikut hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti:

Cuplikan wawancara 1 :

“Terkadang dengan gak nunjukin jati diri kita yang sebenarnya di Instagram itu sangat penting kak, karena kalau kita udah nunjukin diri apa adanya dan orang-orang gak suka atau gak senang kan bisa-bisa nanti kitanya gak dihargain sama orang-orang.. yaa salah satu caranya bisa menggunakan filter di Instagram kak, biar muka bisa glowing dan jerawat-jerawat musnah kak.. haha..”(ATE / Komunikasi Intrapersonal, 21 Juli 2022)

Cuplikan wawancara 2 :

“Kalau gak tampil bagus dan cantik pasti orang-orang gak akan tertarik sama saya kak... Sejujurnya saya pernah edit dan post foto seolah-olah saya sedang liburan di luar negeri gitu kak, yaa saya ngelakuinnya biar orang tu tertarik dengan kehidupan yang saya jalani, karena kan gak semua orang bisa nerima diri kita apa adanya kak... makanya di Instagram saya harus nunjukin versi terbaik dari diri saya.”(RM / Komunikasi Intrapersonal, 22 Juli 2022)

Cuplikan wawancara 3 :

"... yaa gimana pun caranya saya harus bisa kelihatan sempurna di Instagram, kalau gak malu lah kak, mau ditaruh dimana harga diri saya kalau gak kelihatan oke/sempurna dimata orang-orang."(LY / Komunikasi Intrapersonal, 25 Juli 2022)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa terdapat masalah presentasi diri pada remaja. Para remaja tersebut mengubah penampilan asli mereka dengan menggunakan berbagai fitur layanan yang terdapat dalam media sosial instagram agar dapat menunjukkan kesan yang baik pada pengguna instagram lainnya. Hal ini dapat terlihat dari ATE yang menggunakan filter dengan tujuan agar kondisi wajah aslinya tidak terungkap. Kemudian RM yang melakukan editan pada fotonya agar terlihat seperti sedang berada di luar negeri. Kemudian LY yang melakukan berbagai cara agar terlihat sempurna di media sosial.

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi presentasi diri salah satunya yaitu harga diri. Menurut Coopersmith (1967) harga diri adalah hasil penilaian individu terhadap dirinya sendiri, yang diungkapkan melalui sikapnya terhadap dirinya sendiri. Hal ini mewakili sikap penerimaan atau penolakan serta melihat sejauh mana individu yakin bahwa ia mampu, efektif, substansial, serta berharga berdasarkan nilai dan standar pribadinya.

Santrock (2012) mengemukakan bahwa salah satu perkembangan psikologis yang dialami remaja merupakan perkembangan sosio-emosional, yang didalamnya terdapat harga diri, dimana hal ini merupakan pendekatan holistik yang dilakukan untuk mengevaluasi diri, yang mana harga diri ialah perbandingan antara diri yang ideal serta diri yang sesungguhnya. Menurut Santrock (2012), evaluasi

diri remaja dan komponen emosional dari konsep diri yang mereka bangun dapat diartikan sebagai harga diri. Untuk mengembangkan harga diri. Jika remaja mampu mengekspresikan dirinya di depan banyak orang dan jika presentasi diri merupakan manifestasi dari sikap yang disampaikan remaja kepada orang lain, maka presentasi diri diperlukan. Harga diri remaja dapat dianggap sebagai sifat yang tetap sama dari waktu ke waktu dan dapat berkembang dalam situasi yang relevan dengan kejadian dan situasi sehari-hari (Nastiti & Purworini, 2018).

Menurut sebuah studi tentang presentasi diri dan harga diri oleh Verup, Brunson, dan Acitelli (2015), harga diri merupakan faktor penting dalam cara orang menampilkan diri. Orang yang memiliki harga diri rendah menampilkan diri mereka untuk mempromosikan diri dan meningkatkan citra diri mereka (Ramadhani & Ningsih, 2021).

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan serta hasil studi yang mengungkapkan bahwa harga diri merupakan faktor penting untuk melakukan presentasi diri, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi terkait “Hubungan Antara Harga Diri (*Self Esteem*) Dengan Presentasi Diri (*Self Presentation*) Pada Remaja Pengguna Instagram Di SMA Negeri 2 Sabang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Adakah Hubungan Antara Harga Diri (*Self Esteem*) Dengan Presentasi Diri (*Self Presentation*) Pada Remaja Pengguna Instagram Di SMA Negeri 2 Sabang?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara Harga Diri (*Self Esteem*) Dengan Presentasi Diri (*Self Presentation*) Pada Remaja Pengguna Instagram Di SMA Negeri 2 Sabang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru, wawasan, serta pengetahuan yang dapat memperkaya khasanah keilmuan bagi pembaca mengenai hubungan antara harga diri (*self esteem*) dengan presentasi diri (*self presentation*) pada remaja pengguna instagram.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial dan psikologi perkembangan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi remaja, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk mencegah terjadinya resiko buruk akibat presentasi diri yang berlebihan pada Instagram.
- b. Bagi masyarakat yang menggunakan media sosial instagram, diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pertimbangan agar tidak dengan mudah terpedaya terhadap presentasi diri yang ditampilkan di instagram.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan untuk meneliti hal yang sama di penelitian selanjutnya.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama. Sebagai perbandingan dapat dikemukakan beberapa hasil penelitian oleh beberapa peneliti terdahulu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Susandi (2014) mengenai "Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial Facebook". Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Quota sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala harga diri dan skala presentasi diri. Metode analisis data yang digunakan yaitu teknik korelasi Spearman's rho. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian dan teknik pengambilan sampel.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2021) mengenai "Hubungan Harga Diri Dengan Presentasi Diri Terhadap Pengguna Sosial Media Instagram Dewasa Awal Pada Karyawan Pt. X Di Jakarta". Subjek dalam penelitian ini merupakan karyawan dewasa awal pada PT. X. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan responden sebanyak 167

karyawan. pengambilan data dilakukan dengan menggunakan alat ukur *Rosenberg Self-Esteem* dan *Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian dan teknik pengambilan sampel.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Junaidi (2021) mengenai “Pengaruh Harga Diri dan Citra Tubuh terhadap Presentasi Diri Secara Online pada Pengguna Instagram”. Metodologi penelitian ini adalah kuantitatif. Peserta penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2017 Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Rumus Slovin digunakan untuk metode simple random sampling, menghasilkan ukuran sampel 100 siswa. Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan adalah polling. Setelah dilakukan uji asumsi dasar atau uji persyaratan, teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Subyek penelitian dan metode pengambilan sampel inilah yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Umedaa (2019) dengan judul “Studi Eksploratif Strategi Presentasi Diri Remaja Akhir Di Instagram”. Responden dalam penelitian ini berjumlah 611 orang, terdiri dari 293 orang laki-laki dan 318 orang perempuan. Studi ini mencakup 530 subjek dengan pendidikan sarjana atau diploma, 79 dengan pendidikan SMA atau sederajat, dan 2 dengan gelar master. Convenience sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Skala presentasi diri adalah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti

terletak pada variable independen, teknik pengambilan sampel, serta subjek yang terlibat dalam penelitian dengan jenjang pendidikan yang berbeda.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Sa'diyah (2020) yang berjudul “Hubungan Antara *Self Esteem* Dan *Self Consciousness* Dengan *Self Presentation* Remaja Pengguna Media Sosial”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional serta menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa skala *Presentation of Online Self Scale* (POSS), *State Self-Esteem Scale* (SSES) dan skala *Self Consciousness Scale* (SCS-R). Penelitian ini dilakukan di SMAN 2 Lamongan. Subjek pada penelitian berjumlah 153 orang dengan menggunakan teknik *cluster sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi ganda. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa walau terdapat beberap kesamaan dari peneliti sebelumnya namun tetap terdapat perbedaan, baik dari segi variable, metode, maupun subjek dalam penelitian yang akan peneliti lakukan. Dengan demikian penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan keasliannya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Presentasi Diri (*Self Presentation*)

1. Definisi presentasi diri

Yang dan Brown (2016) menjelaskan bahwa presentasi diri merupakan upaya seseorang untuk menimbulkan kesan tertentu dihadapan orang lain dengan tujuan agar mendapatkan feedback yang positif. Upaya menimbulkan kesan tersebut adalah dengan cara mengontrol secara strategis informasi yang akan ditampilkan.

Menurut Jones dan Pittman (1982) Presentasi diri merupakan upaya untuk memberikan kesan pada orang lain yang dipengaruhi oleh berbagai alasan yang berbeda. Keinginan untuk dianggap sebagai individu yang berwibawa, untuk menunjukkan kekuatannya kepada orang lain, dan untuk disukai oleh orang lain hanyalah beberapa contoh.

Selanjutnya Lewis dan Neighbors (2005) mendefinisikan presentasi diri sebagai sarana untuk mempengaruhi orang lain. Konsep diri individu dan perasaan harga diri akan dipengaruhi oleh upaya tersebut.

Kassin, et al., (2008), presentasi diri ialah suatu proses dimana seseorang berusaha untuk menampilkan apa yang dipikirkan oleh orang lain tentang dirinya serta apa yang ia pikirkan mengenai dirinya sendiri. Individu yang terlibat dalam

proses ini mungkin akan menyadari atau tidak usaha yang akan dilakukannya tersebut.

Delamater dan Myers (2011) juga menyatakan bahwa presentasi diri merupakan proses ketika individu melakukan pengelolaan kesan dimana orang lain akan menumbuhkan kesan tentang individu tersebut dalam interaksi sosial yang mereka jalani.

Berdasarkan definisi presentasi diri menurut para ahli yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa presentasi diri adalah upaya yang dilakukan individu dalam menumbuhkan kesan tertentu di hadapan orang lain dengan cara menata perilaku sedemikian rupa agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan.

2. Aspek presentasi diri

Menurut Yang dan Brown (2016) presentasi diri terdiri dari beberapa aspek, yaitu:

- a. Keluasan informasi (*breadth*), presentasi individu mengacu kepada jumlah informasi yang disajikan, hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak informasi yang dibagikan kepada khalayak umum.
- b. Kedalaman informasi (*depth*), merupakan batasan individu, yakni sejauhmana informasi pribadi dibagikan kepada khalayak umum.
- c. Kepositifan (*positivity*) merupakan informasi apa yang dapat memberikan kesan yang baik untuk mengoptimalkan image diri.
- d. Keaslian (*authenticity*), seberapa akurat sebuah informasi disajikan menggambarkan orang yang mempersentasikan dirinya.

- e. Intensionalitas (*intentionality*) yaitu sejauh mana individu secara sadar dan sengaja mengungkapkan sebuah informasi.

Adapun aspek-aspek presentasi diri menurut Michikyan.dkk (2014), adalah sebagai berikut:

- a. *Real Self* (diri yang sebenarnya) merupakan perasaan sebenarnya yang muncul karena termotivasi oleh atribut internal.
- b. *Ideal Self* (diri yang ideal) merupakan diri ideal yang dipahami dalam atribut-atribut ideal seperti aspirasi, harapan dan keinginan diri yang mungkin melibatkan diri baik versi negatif ataupun positif.
- c. *False Self* (diri yang palsu) merupakan perasaan ataupun tindakan yang tidak benar bagi diri sendiri dan dilandaskan atas alasan yang berbeda-beda seperti *deception* (menyajikan informasi yang tidak sepenuhnya benar), *exploration* (mencoba berbagai hal yang berbeda dari aspek diri) dan *impress others* (mengesankan orang lain sesuai dengan yang diharapkan).

Berdasarkan aspek presentasi diri dari beberapa ahli diatas, peneliti memilih menggunakan aspek Yang dan Brown (2016) untuk dijadikan sebagai acuan pembuatan skala dikarenakan lebih komprehensif, serta memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

3. Faktor presentasi diri

Berikut beberapa faktor presentasi diri menurut Rozika dan Ramadhani (2016), yaitu:

- a. Sesuai dengan teori presentasi diri yang dikemukakan oleh Jones dan Pittman (1982), bahwa kelima bentuk presentasi diri sendiri sudah sangat menjelaskan tujuan atau faktor apa saja yang memengaruhi seseorang melakukan presentasi diri, kelima bentuk tersebut yaitu; *ingratiation* (keinginan untuk disukai oleh orang lain), *intimidation* (keinginan untuk menunjukkan kuasa atas orang lain), *exemplification* (keinginan untuk dianggap sebagai orang yang dermawan), *self promotion* (keinginan untuk dihargai oleh orang lain atas kemampuan dan keahlian yang dimiliki), dan *supplication* (keinginan untuk mendapatkan simpati dari orang lain).
- b. Popularitas. Raymer (2015) Menurut Raymer (2015), ada hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial, namun ada juga hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial. Media sosial digunakan oleh orang-orang dengan harga diri rendah untuk mendapatkan penerimaan dari lingkungan sosialnya, sedangkan orang-orang dengan harga diri tinggi menggunakannya untuk meningkatkan popularitas mereka.
- c. Harga diri (*self esteem*). Rosenberg, Schooler, Carmi, dan Rosenberg (1995) menyatakan bahwa harga diri seseorang adalah cara mereka merasakan tentang diri mereka sendiri, baik secara positif maupun negatif. Menurut penelitian Mehdizadeh (2010), orang dengan harga diri rendah berusaha meningkatkan harga dirinya dengan menggunakan media sosial karena media sosial dapat menjadi arena

dimana orang dapat membentuk citra dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan internet, khususnya media sosial, dan harga diri dapat dilihat. dan meninggalkan kesan abadi.

- d. *Body image*. Individu memiliki kesempatan untuk membentuk presentasi diri yang diinginkannya karena tidak dapat dilihat langsung oleh orang lain (*invisible*) karena pengguna internet berinteraksi secara tidak langsung atau tidak dapat bertatap muka. Kesempatan membentuk self show merupakan salah satu variabel self show seseorang dalam hiburan berbasis web yang dihubungkan dengan ideal self show yang dibutuhkannya. (Mehdizadeh, 2010).

B. Harga Diri (*Self Esteem*)

1. Definisi harga diri

Coopersmith (1967) mendefinisikan kepercayaan diri sebagai penilaian yang direncanakan oleh individu dan kecenderungan individu untuk memikirkan dirinya sendiri, khususnya disposisi untuk menoleransi, mengabaikan, dan menunjukkan seberapa besar keyakinan individu dalam kapasitas, pencapaian, nilai, dan kepentingan. Singkatnya, harga diri adalah "penilaian pribadi" tentang perasaan penting atau berharga seseorang yang tercermin dalam sikap seseorang terhadap diri sendiri.

Menurut Baron dan Byrne (2012) harga diri merupakan penilaian terhadap diri individu, serta sikap orang lain terhadap diri individu tersebut yang berkisar dari dimensi positif hingga negatif.

Sementara itu, menurut Burn (dalam Susanto, 2018) mengungkapkan bahwa kepercayaan diri merupakan evaluasi yang direncanakan oleh individu dan kecenderungan untuk melihat dirinya sendiri, terutama watak menoleransi, menolak dan tanda seberapa besar keyakinan individu dalam kapasitas, , kepentingan, pencapaian, dan nilai. Singkatnya, persepsi diri seseorang tentang nilai atau signifikansi mereka sendiri tercermin dalam sikap mereka terhadap diri mereka sendiri.

Selain itu, Susanto (2018) berpendapat bahwa harga diri adalah sarana yang digunakan individu untuk menyampaikan penilaian terhadap diri mereka sendiri, terutama terkait sejauh mana mereka memiliki keyakinan akan kesuksesan, daya tahan, nilai, dan aspirasi. Ini memberi individu kepercayaan pada kemampuan mereka untuk menjadi seseorang yang signifikan, sukses, dan berharga bagi diri mereka sendiri dan orang lain. Untuk orang lain Dengan kata lain, persepsi diri seseorang dapat diartikan sebagai harga diri mereka.

Santrock (dalam Oktaviani, 2019) Harga diri dapat didefinisikan sebagai persepsi diri positif atau negatif seseorang. Penilaian ini menunjukkan bagaimana individu mengevaluasi diri mereka sendiri dan apakah kemampuan dan prestasi mereka diakui.

Berdasarkan definisi harga diri menurut para ahli yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah pandangan dan penilaian keseluruhan individu terhadap hal-hal yang berkaitan dengan dirinya sendiri. Harga

diri juga mencakup bagaimana individu memandang dirinya sebagai pribadi yang berhasil, berharga, dan mahir.

2. Aspek harga diri

Coopersmith (1967) mengemukakan empat aspek harga diri, yaitu:

- a. Kekuasaan (*power*), yaitu kemampuan untuk dapat mengatur dan mengendalikan tingkah laku diri sendiri dan orang lain.
- b. Keberartian (*significance*), yaitu kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan ekspresi minat orang lain terhadap individu serta merupakan tanda penerimaan dan popularitas individu.
- c. Kebajikan (*virtue*), yaitu ketaatan mengikuti kode moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang dan melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral, etika, dan agama.
- d. Kemampuan (*competence*). Sukses memenuhi tuntutan prestasi yang ditandai oleh keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai tugas atau pekerjaan dengan baik.

Menurut Minchinton (dalam Wulandari, 2014) harga diri terdiri dari 3 aspek yang diantaranya adalah:

- a. Perasaan mengenai diri sendiri, Seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi akan dapat memaafkan dirinya sendiri atas segala kekurangan atau kekurangan yang mungkin dia miliki dan akan merasa nyaman dengan dirinya sendiri.

- b. Perasaan terhadap hidup, Seseorang dengan harga diri yang tinggi akan menerima situasi dengan anggun dan tidak menghubungkan semua masalahnya dengan itu. Orang itu juga akan melihat masalah sebagai tantangan besar atau peluang bagus untuk pertumbuhan pribadi.
- c. Hubungan dengan orang lain, Seseorang yang merasa nyaman dengan dirinya sendiri akan memperlakukan orang lain apa adanya dan tidak akan mencoba mengubah mereka.

Berdasarkan aspek harga diri dari beberapa ahli diatas, peneliti memilih menggunakan aspek Coopersmith (1967) untuk dijadikan sebagai acuan pembuatan skala dikarenakan lebih komprehensif, serta memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

3. Faktor harga diri

Menurut Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016) terdapat empat faktor yang dapat memengaruhi harga diri, yaitu:

- a. Penerimaan atau penghinaan terhadap diri. Jika dibandingkan dengan orang yang tidak percaya bahwa mereka berharga, mereka yang melakukannya memiliki pendapat yang lebih baik tentang diri mereka sendiri. Orang yang memiliki harga diri yang tinggi akan dapat menerima dan menghargai dirinya apa adanya dan tidak akan menganggap dirinya rendah. Orang yang memiliki harga diri yang tinggi mampu mengakui keterbatasan dirinya dan berharap untuk maju dengan memahami potensi dirinya. Di sisi lain, orang yang

memiliki harga diri rendah cenderung kesepian, menghindari pertemanan, dan tidak bahagia dengan dirinya sendiri. Namun, orang yang memiliki harga diri rendah juga sangat membutuhkan dukungan dari orang lain.

- b. Kepemimpinan atau popularitas. Seseorang mendapat persetujuan atas penilaian atau harga dirinya ketika dia menunjukkan perilaku yang sesuai dengan asumsi untuk keadaannya saat ini. Salah satu model dalam iklim yang serius. Dalam iklim yang serius, orang dapat menunjukkan jumlah inisiatif dan prevalensi yang mereka miliki. Kapasitas seseorang untuk merencanakan tindakan dapat menunjukkan kepemimpinan dalam skenario ini. Dia melakukannya dengan memahami aspek dirinya yang membedakannya dari orang lain—kekuatan dan kelemahannya. Berani dalam menghadapi persaingan dan online untuk menjadi pemimpin adalah tanda popularitas seseorang di lingkungan yang kompetitif.
- c. Keluarga dan orang tua. Karena keluarga merupakan modal pertama dalam proses perkembangan, maka orang tua dan keluarga memegang pengaruh yang paling signifikan terhadap harga diri. Nilai kunci dalam pertumbuhan harga diri adalah kemampuan untuk merasa dihargai oleh keluarga sendiri.
- d. Keterbukaan dan kecemasan. Jika mereka dihargai dan diterima, orang lebih cenderung terbuka untuk menerima kepercayaan, nilai, moral, dan sikap dari orang lain dan dunia luar. Sebaliknya, jika

seseorang ditolak oleh orang lain dan lingkungannya, dia akan kecewa.

C. Hubungan Antara Harga Diri (*Self Esteem*) Dengan Presentasi Diri (*Self Presentation*)

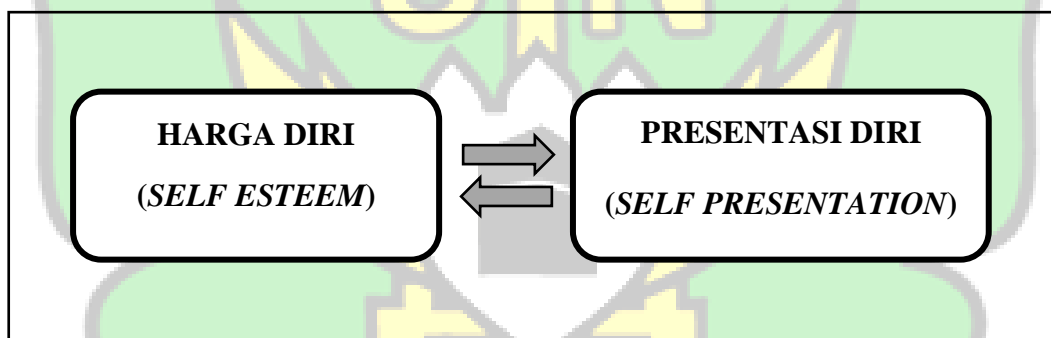
Menurut Baron dan Branscombe (2012) kebanyakan dari individu mempunyai keinginan untuk “terlihat baik” di hadapan orang lain, sehingga seseorang perlu menumbuhkan kesan yang kuat terhadap orang lain. Penggunaan istilah manajemen kesan dalam psikologi sosial sering di kenal sebagai presentasi diri, dimana presentasi diri merupakan upaya yang dilakukan untuk memperlihatkan kesan sebaik mungkin dihadapan orang lain.

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa presentasi diri di sosia media, seperti instagram memiliki keterkaitan dengan harga diri. Raymer (2015) menjelaskan bahwa Individu dengan harga diri yang rendah cenderung menggunakan media sosial agar dirinya dapat diterima oleh lingkungan sosialnya, sedangkan individu dengan harga diri yang tinggi biasanya menggunakan media sosial agar dapat menunjang popularitas yang dimilikinya.

Presentasi diri dan harga diri saling berhubungan erat, sehingga sangat penting untuk diteliti dikarenakan harga diri merupakan penentu dari presentasi diri yang dilakukan seseorang di media sosial instagram agar dapat terlihat berguna, penting, dan mampu bagi individu lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh Rozika dan Ramdhani (2016), Mawardi (2020), Ramadhani dan Ningsih (2021), menyatakan bahwa presentasi diri dan harga diri memiliki hubungan positif yang signifikan. Hal ini disebabkan karena harga diri dapat membantu individu dalam

mengembangkan harapan dan tujuan yang positif, serta dalam mengembangkan orientasi sosial yang positif, kepercayaan diri, dan kapasitas untuk menghadapi kesulitan dan situasi stres secara lebih efektif. Ini, pada gilirannya, dapat mendorong individu untuk meningkatkan presentasi diri mereka sendiri.

Berbeda dengan penelitian yang telah diuraikan diatas, penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2017) menunjukkan bahwa presentasi diri dan harga diri tidak memiliki hubungan yang signifikan atau negatif. Hal ini disebabkan karena orang-orang dalam penelitian tidak mendapatkan dukungan sosial dari lingkungannya sehingga menghasilkan variabel harga diri yang rendah meskipun variabel presentasi diri tinggi.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Dari penjelasan mengenai hubungan presentasi diri dan harga diri yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara harga diri (*self esteem*) dan presentasi diri (*self presentation*) pada pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2018) mengatakan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan strategi penelitian yang didasarkan pada data positivistik (konkret). Jenis data ini adalah data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur dengan menggunakan statistika sebagai alat uji berhitung dan berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk ditarik suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan metode korelasional. Menurut Hidayat (2010) metode korelasional adalah penelitian yang direncanakan untuk menentukan apakah ada hubungan antara dua atau beberapa variabel.

B. Identifikasi Variable Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) variabel penelitian adalah sifat atau nilai seseorang, barang atau gerakan yang belum sepenuhnya diselesaikan oleh spesialis untuk dipusatkan dan kemudian dibuat kesimpulan. Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel: bebas (*independence*) dan variabel terikat (*dependence*). Suatu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya suatu variabel ikatan disebut variabel bebas.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel bebas / *independence variable* : Harga Diri (*Self Esteem*)

Variabel terikat / *dependence variable* : Presentasi Diri (*Self Presentation*)

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Presentasi Diri (*Self Presentation*)

Presentasi diri adalah upaya yang dilakukan individu dalam menumbuhkan kesan tertentu di hadapan orang lain dengan cara menata perilaku sedemikian rupa agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan.

Presentasi diri dalam penelitian ini diukur menggunakan aspek-aspek dari teori Yang dan Brown (2016), yaitu: keluasan informasi (*breadth*), kedalaman informasi (*depth*), kepositifan (*positivity*), keaslian (*authenticity*), intensionalitas (*intentionality*).

2. Harga Diri (*Self Esteem*)

Harga diri adalah pandangan dan penilaian keseluruhan individu terhadap hal-hal yang berkaitan dengan dirinya sendiri. Harga diri juga mencakup bagaimana individu memandang dirinya sebagai pribadi yang berhasil, berharga, dan mahir.

Harga diri dalam penelitian ini diukur menggunakan aspek-aspek dari teori Coopersmith (1967), yaitu: kekuasaan (*power*), keberartian (*significance*), Kebajikan (*virtue*), kemampuan (*competence*).

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa/i kelas X s/d XII di SMA Negeri 2 Sabang, dimana berdasarkan data yang diperoleh dari bagian Tata Usaha (TU)

SMA Negeri 2 Sabang berjumlah 409 siswa/i. Alasan peneliti mengambil siswa/i kelas X s/d XII SMA Negeri 2 Sabang karena berdasarkan hasil wawancara fenomena tersebut ada pada kelas X s/d XII SMA Negeri 2 Sabang.

Tabel 3.1

Populasi Siswa/i Kelas X s/d XII SMA Negeri 2 Sabang

Kelas	Jumlah Siswa/i	Jumlah
X IPAS 1	29	163
X IPAS 2	26	
X IPAS 3	28	
X IPAS 4	26	
X IPAS 5	24	
X IPAS 6	30	
XI MIPA 1	29	109
XI MIPA 2	29	
XI IPS 1	26	
XI IPS 2	25	
XII MIPA 1	21	137
XII MIPA 2	22	
XII MIPA 3	24	
XII IPS 1	18	
XII IPS 2	26	
XII IPS 3	26	
Total	409	409

(Sumber: Ketua Kurikulum SMA Negeri 2 Sabang, 2023)

2. Sampel

Sampel Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *proportionate stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. *Stratified sampling* adalah prosedur pengambilan sampel di mana populasi target dipisahkan menjadi segmen (strata) yang unik dan

homogen, dan kemudian sampel acak sederhana dipilih dari setiap segmen (stratum).

Jumlah sampel ditentukan dengan mengambil tingkat kesalahan 5% dan tingkat kebenaran 95% yang ada pada tabel Isaac dan Michael (Sugiyono, 2017). Maka Jumlah sampel penelitian ini terdiri dari 191 siswa SMA Negeri 2 Sabang yang dipilih dari 409 populasi. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*, maka dari itu langkah selanjutnya yang dilakukan dalam menentukan pembagian sampel sebanyak 191 siswa/i adalah dengan menggunakan rumus dibawah untuk menentukan besar sampel pada setiap kelas.

$$s = \frac{n}{s} \times N$$

Keterangan:

- n : Jumlah populasi setiap kelas
 s : Jumlah keseluruhan populasi
 N : Jumlah total sampel dalam penelitian

Berdasarkan rumus diatas, maka tabel penarikan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Penarikan Sampel Penelitian

Kelas	Jumlah Perkelas	Perhitungan Sampel	Presentase (%)
X IPAS 1	163	$\frac{163}{409} \times 191 = 76$	40%
X IPAS 2			
X IPAS 3			
X IPAS 4			
X IPAS 5			
X IPAS 6			
XI MIPA 1	109	$\frac{109}{409} \times 191 = 51$	27%
XI MIPA 2			
XI IPS 1			

XI IPS 2			
XII MIPA 1			
XII MIPA 2			
XII MIPA 3			
XII IPS 1	137	$\frac{137}{409} \times 191 = 64$	33%
XII IPS 2			
XII IPS 3			
Total	409	191	100%

E. Persiapan dan Pelaksann Penelitian

1. Administrasi Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mempersiapkan surat permohonan izin penelitian ke bagian akademik Fakultas Psikologi UIN Ar- Raniry. Peneliti juga mempersiapkan beberapa kuesioner terkait harga diri dan presentasi diri, dimana nantinya kuisisioner tersebut akan disebarakan kepada responden yang dimana responden dalam penelitian ini merupakan Siswa/i SMA Negeri 2 Sabang. Kuisisioner yang akan dibagikan tersebut sebelumnya harus melewati perbaikan dengan para pembimbing dan penguji. Setelah semua persiapan mengenai kuesioner tersebut terpenuhi, maka selanjutnya peneliti akan membagikan kuesioner melalui *google form* dan angket kepada responden.

2. Pelaksanaan Uji Coba (Try Out) Alat Ukur

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *try out* terpakai (*single trial administration*). *Try out* terpakai merupakan istilah yang digunakan untuk proses penelitian yang menggunakan sampel yang sama dengan sampel yang digunakan untuk menguji reliabilitas dan validitas alat ukur, dimana skala psikologi hanya diberikan satu kali saja pada sekelempok individu sebagai sampel. Pandangan ini dipandang lebih ekonomis, praktis, serta berefisien tinggi (Azwar, 2016). Sampel

yang digunakan dalam try out pada penelitian ini berjumlah 60 responden yang diambil dari sampel yang digunakan dalam penelitian yang berjumlah 191 responden. Selanjutnya peneliti melakukan tabulasi data dan melakukan uji instrumen untuk melihat aitem-aitem yang layak dipakai agar kuesioner dapat dipakai dalam penelitian.

3. Pelaksanaan Penelitian

Google form dan angket dibagikan kepada responden untuk penyebaran kuesioner penelitian. Penyebarang dilakukan dengan cara membagi populasi kedalam strata, lalu memilih sampel secara acak pada setiap stratum tersebut. Penelitian akan dilanjutkan ke tahap pengolahan data setelah semua kuesioner terkumpul sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Alat Ukur Penelitian

Pada penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah skala Harga Diri (*Self Esteem*) dan skala Presentasi Diri (*Self Presentation*). Skala ini disusun dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018) Skala Likert mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. Variabel yang akan diukur diubah menjadi variabel indikator dengan menggunakan skala Likert. Selanjutnya indikator-indikator tersebut menjadi landasan dalam pembuatan item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif atau yang biasa dikenal dengan *favourable* (F) sampai dengan sangat negatif yang biasa dikenal dengan *unfavourable* (UF) yang berupa jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak

Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban untuk aitem *favorable* dapat diberikan skor dari 4 sampai 1 dan untuk aitem *unfavorable* 1 sampai 4 (Sugiyono, 2017).

a. Skala Presentasi Diri (*Self Presentation*)

Presentasi diri dapat diukur menggunakan skala Presentasi diri yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Yang dan Brown (2016), diantaranya keluasan informasi (*breadth*), kedalaman informasi (*depth*), kepositifan (*positivity*), keaslian (*authenticity*), intensionalitas (*intentionality*).

Tabel 3.3
Blue Print Skala Presentasi Diri

No	Aspek	Indikator	Aitem		Total	%
			F	UF		
1	Keluasan informasi (<i>breadth</i>)	1. Memiliki kemampuan untuk berbagi informasi kepada banyak orang	1, 15	14, 28	8	29%
		2. Banyaknya informasi yang dibagikan oleh individu kepada orang lain	3, 17	12, 26		
2	Kedalaman informasi (<i>depth</i>)	1. Seberapa dalam informasi yang dibagikan	5, 19	10, 24	4	14%
3	Kepositifan (<i>positivity</i>)	1. Mampu memberikan informasi positif tentang diri	7, 21	8, 22	8	29%
		2. Memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan <i>image/citra</i> diri	9, 23	6, 20		
4	Keaslian (<i>authenticity</i>)	1. Memiliki kebiasaan yang	11, 25	4, 18	4	14%

5	Intensionalitas (<i>intentionality</i>)	dapat dijadikan ciri khas dari individu 1. Kesengajaan/kes adaran individu dalam membagikan sebuah informasi.	13, 27	2, 16	4	14%
Total			14	14	28	100%

b. Skala Harga Diri (*Self Esteem*)

Harga diri dapat diukur menggunakan skala harga diri yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Coopersmith (1967), diantaranya kekuasaan (*power*), keberartian (*significance*), kebajikan (*virtue*), kemampuan (*competence*).

Tabel 3.4
Blue Print Skala Harga Diri

No	Aspek	Indikator	Aitem		Total	%
			F	UF		
1	Kekuasaan (<i>power</i>)	1. Mampu mengontrol dan mengendalikan tingkah laku diri sendiri	1, 21	20, 40	8	20%
		2. Mampu mengontrol dan mengendalikan tingkah laku orang lain.	3, 23	18, 38		
2	Keberartian (<i>significance</i>)	1. Adanya kepedulian dan perhatian yang diterima individu dari orang lain.	5, 25	16, 36	12	30%
		2. Adanya ketertarikan dari orang lain	7, 27	14, 34		

		terhadap individu atau menjadi populer				
		3. Adanya penerimaan yang baik oleh orang lain	9, 29	12, 32		
3	Kebajikan (<i>virtue</i>)	1. Sikap individu yang taat atau mengikuti standar moral	11, 31	10, 30		
		2. Sikap individu yang taat atau mengikuti standar etika	13, 33	8, 28	12	30%
		3. Sikap individu yang taat atau mengikuti standar agama	15, 35	6, 26		
4	Kemampuan (<i>competence</i>)	1. Mampu menilai keberhasilan yang dicapai oleh dirinya	17, 37	4, 24		
		2. Merasa dapat melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuan	19, 39	2, 22	8	20%
Total			20	20	40	100%

2. Uji Validitas

Sejauh mana alat ukur secara akurat mengukur apa yang akan diukur dikenal sebagai validitas. Menurut Azwar (2016), validitas adalah kelayakan, signifikansi, dan kegunaan suatu kesimpulan berdasarkan skor tes. Pemberian hasil ukur yang sinkron dengan maksud dilakukannya pengukuran dan pelaksanaan fungsi ukurnya menunjukkan bahwa suatu alat memiliki validitas yang tinggi. Sedangkan data yang tidak sesuai dengan tujuan pengukuran akan dihasilkan oleh tes dengan validitas rendah. Azwar, 2007). Sederhananya, kualitas suatu instrumen penelitian berkaitan

dengan uji validitas. Instrumen yang valid adalah satu-satunya hal yang dianggap sebagai instrumen yang berkualitas — instrumen yang mampu mengukur apa yang dirancang untuk diukur.

Menurut Singarimbun dan Effendi (2016) validitas isi adalah sejauh mana isi instrumen penelitian dapat mewakili semua aspek dari suatu variabel. Menurut Azwar (2016), tujuan utama dari validitas isi adalah untuk menentukan apakah setiap item pernyataan mencakup semua domain isi yang akan diukur dan apakah dapat berfungsi sebagai tolok ukur untuk variabel penentu.

Komputasi validitas yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah komputasi CVR (*Content Validity Ratio*). CVR adalah salah satu strategi yang umumnya digunakan untuk mengukur legitimasi konten. Strategi ini pada dasarnya bertujuan untuk menentukan seberapa besar konsensus penilai atau juri mengenai signifikansi suatu item tertentu. Lawshe (1975) menyarankan agar setiap ahli materi pelajaran (*subject matter expert/SME*) dari panel ahli memberikan tiga kemungkinan jawaban untuk setiap pertanyaan: (1) penting, (2) berguna tetapi tidak penting, dan (3) tidak diperlukan. Lawshe mengatakan bahwa suatu item setidaknya memiliki validitas isi yang cukup jika lebih dari separuh panelis mengatakan penting. Formula yang diusulkan Lawshe adalah:

$$CVR = \frac{2ne}{n} - 1$$

Keterangan:

CVR : *Content validity ratio*

ne : Jumlah anggota panelis yang menjawab "penting"

n : Jumlah total panelis.

Tabel 3.5
Koefisien CVR Skala Presentasi Diri

No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR
1	1	15	1
2	1	16	1
3	1	17	1
4	1	18	1
5	1	19	1
6	1	20	1
7	1	21	1
8	1	22	1
9	1	23	1
10	1	24	1
11	1	25	1
12	1	26	1
13	1	27	1
14	1	28	1

Tabel 3.6
Koefisien CVR Skala Harga Diri

No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR
1	1	21	1
2	1	22	1
3	1	23	1
4	1	24	1
5	1	25	1
6	1	26	1
7	1	27	1
8	1	28	1
9	1	29	1
10	1	30	1
11	1	31	1
12	1	32	1
13	1	33	1
14	1	34	1
15	1	35	1
16	1	36	1
17	1	37	1
18	1	38	1
19	1	39	1
20	1	40	1

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* pada skala presentasi diri dengan jumlah aitem sebanyak 28, didapatkan data bahwa semua

koefisien *CVR* menunjukkan nilai di atas (0). Begitu pula dengan hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* pada skala harga diri dengan jumlah aitem sebanyak 40, didapatkan data bahwa semua koefisien *CVR* menunjukkan nilai di atas (0), sehingga semua aitem adalah esensial dan dinyatakan valid.

3. Uji Daya Beda Item

Sejauh mana suatu item dapat membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki atribut yang diukur dan mereka yang tidak memiliki atribut tersebut disebut sebagai daya beda aitem. Konsistensi item total, atau penyelarasan atau konsistensi antara fungsi item dan fungsi skala keseluruhan, diukur dengan indeks daya masalah item. (Azwar, 2013).

Perhitungan daya beda aitem pada penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *product moment* dari Pearson. Keeratan hubungan linier antara dua variabel dengan distribusi data normal diukur dengan menggunakan analisis korelasi Pearson atau dikenal dengan korelasi *Product Moment* (Duwi Priyatno, 2014:123). untuk mengkaji data mengenai keterkaitan antara hubungan media sosial. Peneliti menggunakan rumus korelasi Product Moment untuk mengetahui apakah variabel X dan Y memiliki hubungan yang signifikan:

$$r_{ix} = \frac{\sum ix - \frac{(\sum i)(\sum x)}{n}}{\sqrt{\left[\sum i^2 - \frac{(\sum i)^2}{n}\right] \left[\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right]}}$$

Keterangan:

- i* : Skor item
- x* : Skor skala
- n* : Banyaknya subjek

Kriteria dalam pemilihan aitem yang peneliti gunakan adalah berdasarkan korelasi aitem total yang menggunakan batasan $rix \geq 0,25$ Setiap aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,25 daya bedanya dianggap memuaskan. sebaliknya aitem yang memiliki batasan rix kurang dari 0,25 diinterpretasi memiliki daya beda yang rendah (Azwar, 2012).

a. Daya beda aitem skala presentasi diri

Tabel 3.7
Koefisien Daya Beda Aitem Skala Presentasi Diri

No	<i>rix</i>	No	<i>rix</i>
1	0.320	15	0.662
2	0.484	16	0.541
3	0.646	17	0.737
4	0.246	18	0.293
5	0.698	19	0.634
6	0.176	20	0.284
7	0.627	21	0.793
8	0.247	22	0.439
9	0.550	23	0.763
10	0.659	24	0.638
11	0.504	25	0.481
12	0.584	26	0.629
13	0.349	27	0.658
14	0.529	28	0.605

Berdasarkan tabel 3.7 di atas maka dari 28 item diperoleh nilai koefisien korelasi atau daya beda aitem di bawah 0,25 sebanyak 3 aitem yaitu aitem nomor 4, 6, dan 8. Aitem tersebut tidak terpilih atau gugur, dan 25 aitem lain dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

Berdasarkan hasil analisis daya beda aitem diatas, maka *blue print* akhir skala harga diri adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8
Blueprint Akhir Skala Presentasi Diri

No	Aspek	Aitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1	Keluasan informasi (<i>breadth</i>)	1, 15, 3, 17	14, 28, 12, 26	8
2	Kedalaman informasi (<i>depth</i>)	5, 19	10, 24	4
3	Kepositifan (<i>positivity</i>)	7, 21, 9, 23	22, 20	6
4	Keaslian (<i>authenticity</i>)	11, 25	18	3
5	Intensionalitas (<i>intentionality</i>)	13, 27	2, 16	4
Total				25

b. Daya beda aitem skala harga diri

Tabel 3.9
Koefisien Daya Beda Aitem Skala Harga Diri

No	rix	No	rix
1	0.257	21	0.454
2	0.460	22	0.560
3	0.457	23	0.508
4	0.710	24	0.325
5	0.035	25	0.391
6	0.409	26	0.311
7	0.412	27	0.416
8	0.431	28	0.371
9	0.181	29	0.440
10	0.225	30	0.354
11	0.145	31	0.142
12	0.503	32	0.466
13	0.532	33	0.270
14	0.557	34	0.420
15	0.280	35	0.137
16	0.421	36	0.470
17	0.660	37	0.264
18	0.565	38	0.636
19	0.488	39	0.252
20	0.364	40	0.455

Berdasarkan tabel 3.9 di atas maka dari 40 item diperoleh nilai koefisien korelasi atau daya beda aitem di bawah 0,25 sebanyak 6 aitem yaitu aitem nomor

5, 9, 10, 11, 31, 35. Aitem tersebut tidak terpilih atau gugur dan 34 aitem lain dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

Berdasarkan hasil analisis daya beda aitem diatas, maka *blue print* akhir skala harga diri adalah sebagai berikut:

Table 3.10
Blueprint Akhir Skala Harga Diri

No	Aspek	Aitem		Total
		F	UF	
1	Kekuasaan (<i>power</i>)	1, 21, 3, 23	20, 40, 18, 38	8
2	Keberartian (<i>significance</i>)	25, 7, 27, 29	16, 36, 14, 34, 12, 32	10
3	Kebajikan (<i>virtue</i>)	13, 15, 33	30, 8, 28, 6, 26	8
4	Kemampuan (<i>competence</i>)	17, 37, 19, 39	4, 24, 2, 22	8
Total				34

4. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2005) reliabilitas dalam bahasa Inggris berasal dari kata *reliable* diambil dari kata *reliability* yang artinya konsisten dan dapat dipercaya. Istilah reliabilitas dapat juga disebut sebagai konsistensi, keandalan, ketergantungan, stabilitas, dan seterusnya. Namun, ide mendasar di balik istilah reliabilitas adalah sejauh mana seseorang dapat mengandalkan hasil dari prosedur pengukuran (Azwar, 2016). Oleh karena itu, kredibilitas data yang dihasilkan menjadi fokus utama pengujian reliabilitas. Data penelitian yang konsisten dapat dipercaya, sehingga suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika dapat menghasilkan data yang konsisten. Jadi, sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel

jika menghasilkan data yang sama kendati digunakan dalam waktu yang berbeda asalkan karakteristik dari subjek adalah sama.

Pada penelitian ini, uji reliabilitas yang akan digunakan adalah *Cronbach Alpha* dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 25*. *Cronbach Alpha* adalah patokan yang digunakan untuk mendeskripsikan korelasi atau hubungan antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. *Cronbach Alpha* merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Berikut merupakan rumus Koefisien *Alpha Cronbach*:

$$\alpha = \frac{Sy1^2 + Sy2^2}{Sx^2}$$

Keterangan:

α : *Alpha Cronbach*
 $Sy1^2$: Varian Skor Y1
 $Sy2^2$: Varian skor Y2
 Sx^2 : Varian Skor X

Menurut Guilford (dalam Sugiyono, 2017) kriteria koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* dapat dikategorikan seperti tabel di bawah ini:

Table 3.11
Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach

Kriteria	koefisien
Sangat Reliable	≥ 0.900 (Sangat Tinggi)
Reliable	0.700 – 0.900 (Tinggi)
Cukup Reliable	0.400 – 0.700 (Sedang)
Kurang Reliable	0.200 – 0.400 (Remdah)
Tidak Reliable	< 0.200 (Sangat Rendah)

a. Hasil uji reliabilitas skala presentasi diri

Hasil uji reliabilitas pada skala presentasi diri diperoleh nilai sebesar $\alpha = 0,927$, selanjutnya peneliti melakukan uji reabilitas yang kedua dengan membuang

aitem yang tidak terpilih atau gugur dan hasil uji reliabilitas pada tahap kedua memperoleh hasil $\alpha = 0,931$.

b. Hasil uji reliabilitas skala harga diri

Hasil uji reliabilitas pada skala harga diri diperoleh nilai sebesar $\alpha = 0,897$, selanjutnya peneliti melakukan uji reabilitas yang kedua dengan membuang aitem yang tidak terpilih atau gugur dan hasil uji reliabilitas pada tahap kedua memperoleh hasil $\alpha = 0,903$.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat

Uji prasyarat merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui layak atau tidak layaknya syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh suatu data agar dapat dianalisis dengan menggunakan teknik statistik (Mishahuddin, 2013). Uji persyaratan diperlukan guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Uji prasyarat dalam penelitian ini meliputi uji normalitas sebaran dan uji linieritas hubungan.

2. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017) uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Teknik yang digunakan untuk mengetahui uji normalitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov test* melalui *IBM SPSS Statistics 25*. Adapun aturan yang digunakan adalah angka signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka data

berdistribusi normal dan sebaliknya apabila angka signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi secara normal (Santoso, 2017).

3. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam istilah sederhana, bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linier. Menurut Sudjana (2003), tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah data yang dianalisis bersifat linier atau tidak. Sugiyono (2016) mengemukakan bahwa apabila pada saat uji normalitas dilakukan data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal, maka analisis data secara parametrik tidak dapat digunakan. Sehingga pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan secara nonparametrik. Metode statistika nonparametrik merupakan suatu metode analisis data yang dapat digunakan tanpa memperhatikan bentuk distribusinya sehingga statistika ini sering juga disebut metode bebas sebaran (*distribution free methods*) (Nugroho & Vusvitasari, 2008). Menurut Keith (2006), beberapa peneliti berpendapat bahwa asumsi ini adalah yang paling signifikan karena hubungan langsungnya dengan bias hasil analisis secara keseluruhan. Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan *test for linearity*. Uji linieritas didasarkan pada asumsi bahwa hubungan antara variabel (X) dan (Y) adalah linier jika nilai probabilitasnya $> 0,05$, sedangkan sebaliknya jika nilai probabilitasnya lebih kecil dari $< 0,05$ adalah tidak linear.

4. Uji Hipotesis

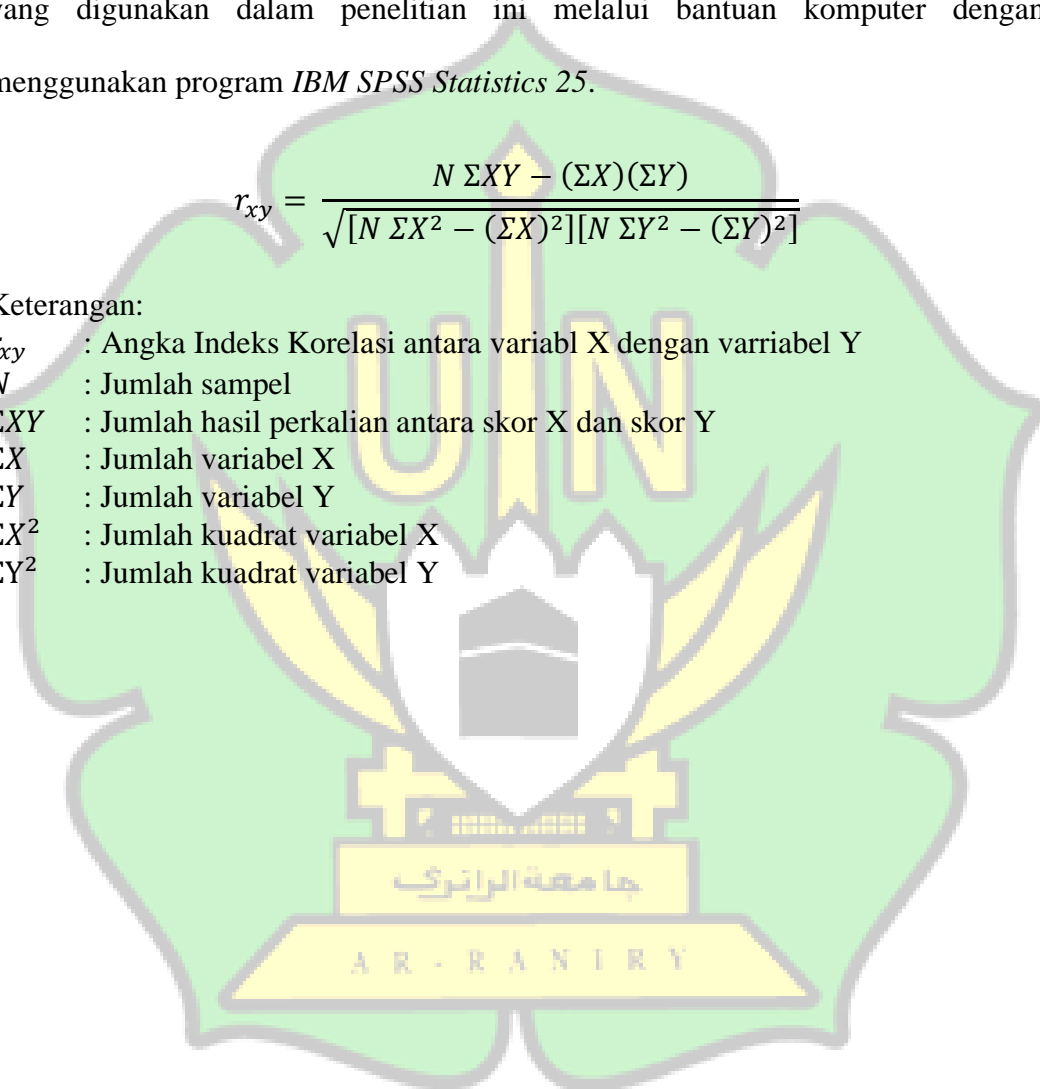
Langkah selanjutnya ialah peneliti melakukan uji hipotesis untuk melihat ada atau tidaknya korelasi atau hubungan antara harga diri (*self esteem*) dengan presentasi diri (*self presentation*) pada remaja pengguna instagram di SMA Negeri

2 Sabang. Metode statistik yang digunakan dalam uji hipotesis ini adalah metode statistik korelasi *product moment* dari Spearman dengan nilai signifikansi $p < 0,05$. Tujuan digunakan metode statistik korelasi *product moment* adalah untuk melihat korelasi atau hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui bantuan komputer dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 25*.

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Angka Indeks Korelasi antara variabel X dengan variabel Y
- N : Jumlah sampel
- ΣXY : Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y
- ΣX : Jumlah variabel X
- ΣY : Jumlah variabel Y
- ΣX^2 : Jumlah kuadrat variabel X
- ΣY^2 : Jumlah kuadrat variabel Y



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Dan Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i SMA Negeri 2 Sabang yang berjumlah 409 siswa/i, dengan jumlah sampel yaitu 191 siswa/i. Berikut adalah data demografi pada penelitian ini:

1. Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, menunjukkan bahwa sampel berjenis kelamin laki-laki berjumlah 59 orang (31%) dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 132 orang (69%). Pemaparan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Data Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	59	31%
Perempuan	132	69%
Total	191	100%

2. Subjek Berdasarkan Kelas

Subjek yang paling banyak berdasarkan hasil penelitian di lapangan pada penelitian ini yaitu kelas X sebanyak 76 siswa/i (40%). kemudian diikuti dengan kelas XII sebanyak 64 siswa/i (33%), kemudian yang terakhir kelas XI sebanyak 51 siswa/i (27%). Berikut tabel data demografi berdasarkan kelas:

Tabel 4.2

Data Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Kelas

Kelas	Jumlah	Presentase (%)
X IPAS 1	76	40%
X IPAS 2		
X IPAS 3		
X IPAS 4		
X IPAS 5		
X IPAS 6		
XI MIPA 1	51	27%
XI MIPA 2		
XI IPS 1		
XI IPS 2		
XII MIPA 1	64	33%
XII MIPA 2		
XII MIPA 3		
XII IPS 1		
XII IPS 2		
XII IPS 3		
Total	191	100%

B. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Pembagian kategorisasi sampel yang digunakan peneliti adalah kategorisasi berdasarkan model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Menurut Azwar kategorisasi yang menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Pengkategorisasian ini akan diperoleh dengan membuat kategorisasi skor subjek berdasarkan besarnya satuan deviasi standar populasi. Kategorisasi ini bersifat relatif, maka luasnya interval yang mencakup setiap kategori yang diinginkan dapat ditetapkan secara subjektif selama penetapan itu berada dalam pengkategorisasian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi (Azwar, 2012).

a. Skala presentasi diri

Peneliti menguraikan analisis secara deskriptif terhadap skala presentasi diri berupa analisis data hipotetik untuk melihat kemungkinan yang terjadi di lapangan dan analisis data empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Deskripsi data hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3
Deskripsi Data Penelitian Presentasi Diri

Variable	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Presentasi diri	100	25	62,5	12,5	91	42	69,7	10,3

Keterangan

Xmin (Skor minimal) : Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.

Xmaks (Skor maksimal) : Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.

M (Mean) : Dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min}) / 2$

SD (Standar Deviasi) : Dengan rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min}) / 6$

Berdasarkan hasil uji statistik data penelitian pada tabel 4.3 di atas, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 25, maksimal 100, nilai rata-rata 62,5, dan standar deviasi 12,5. Sedangkan data empirik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah sebesar 42, maksimal 91, nilai rata-rata 69,7 dan standar deviasi 10,3. Deskripsi data hasil penelitian tersebut, dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus pengkategorian pada skala presentasi diri.

Rendah = $X < M - 1 SD$
 Sedang = $M - 1 SD \leq X < M + 1 SD$
 Tinggi = $M + 1 SD \leq X$

Keterangan:

X : Rentang butir pernyataan
 M : Mean (rata-rata)
 SD : Standar deviasi

Berdasarkan rumus kategorisasi ordinal yang digunakan, maka didapat hasil kategorisasi skala adalah sebagaimana tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Kategorisasi Presentasi Diri

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Presentase (%)
Rendah	$X < 59,3$	36	18,8%
Sedang	$59,4 \leq X < 79,9$	133	59,2%
Tinggi	$80 \leq X$	42	22%
Total		191	100%

Hasil kategorisasi presentasi diri pengguna instagram pada siswa/i SMA Negeri 2 Sabang secara keseluruhan menunjukkan bahwa siswa/i yang mengalami presentasi diri pada kategori rendah yaitu sebanyak 36 orang (18,8%), kategori sedang sebanyak 113 orang (59,2%), dan sisanya berada pada kategori tinggi sebanyak 42 orang (22%). Maka dapat disimpulkan bahwa presentasi diri pengguna instagram pada siswa/i SMA Negeri 2 Sabang berada pada kategori sedang.

b. Skala harga diri A R - R A N I R Y

Peneliti menguraikan analisis secara deskriptif terhadap skala harga diri berupa analisis data hipotetik untuk melihat kemungkinan yang terjadi di lapangan dan analisis data empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Deskripsi data hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Deskripsi Data Penelitian Harga Diri

Variable	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Harga diri	136	34	85	17	136	66	100.3	10,5

Keterangan

Xmin (Skor minimal) : Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.

Xmaks (Skor maksimal) : Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.

M (Mean) : Dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min}) / 2$

SD (Standar Deviasi) : Dengan rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min}) / 6$

Berdasarkan hasil uji statistik data penelitian pada tabel 4.5 di atas, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 34, maksimal 136, nilai rata-rata 85, dan standar deviasi 17. Sedangkan data empirik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah sebesar 66, maksimal 136, nilai rata-rata 100,3 dan standar deviasi 10,5. Deskripsi data hasil penelitian tersebut, dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus pengkategorian pada skala harga diri.

Rendah = $X < M - 1 \text{ SD}$

Sedang = $M - 1 \text{ SD} \leq X < M + 1 \text{ SD}$

Tinggi = $M + 1 \text{ SD} \leq X$

Keterangan:

X : Rentang butir pernyataan

M : Mean (rata-rata)

SD : Standar deviasi

Berdasarkan rumus kategorisasi ordinal yang digunakan, maka didapat hasil kategorisasi skala adalah sebagaimana tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6
Kategorisasi Harga Diri

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Presentase (%)
Rendah	$X < 89.7$	33	17,3%
Sedang	$89.8 \leq X < 110.7$	135	70,7%
Tinggi	$110.8 \leq X$	23	12%
Total		191	100%

Hasil kategorisasi harga diri pengguna instagram pada siswa/i SMA Negeri 2 Sabang secara keseluruhan menunjukkan bahwa siswa/i yang mengalami harga diri pada kategori rendah yaitu sebanyak 33 orang (17,3%), kategori sedang sebanyak 135 orang (70,7%), dan sisanya berada pada kategori tinggi sebanyak 23 orang (12%). Maka dapat disimpulkan bahwa harga diri pengguna instagram pada siswa/i SMA Negeri 2 Sabang berada pada kategori sedang.

2. Analisis uji prasyarat

a. Uji normalitas sebaran

Uji normalitas adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Priyatno, 2011). Pada penelitian ini uji normalitas secara *nonparametric* dengan menggunakan teknik statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov* test dengan menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 25*. Kaidah yang digunakan yaitu apabila nilai $p > 0.05$, maka data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai $p < 0,05$ maka data penelitian dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal (Santoso, 2017). Berikut hasil uji normalitas sebaran data penelitian.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas Sebaran

Variabel Penelitian	P
Presentasi Diri	0,000
Harga Diri	0,000

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.7 di atas, diperoleh nilai $p < 0.05$ pada variabel presentasi diri dan harga diri, yaitu 0,000 pada variabel presentasi diri dan 0,000 pada variabel harga diri. Hal ini menunjukkan bahwa hasil analisis tersebut tidak memenuhi kaidah uji normalitas sebaran, sehingga data penelitian ini tidak dapat digeneralisasi pada populasi siswa/i SMA Negeri 2 Sabang.

b. Uji Linearitas Hubungan

Setelah melakukan uji normalitas sebaran, peneliti kemudian melakukan uji linearitas hubungan kedua variabel. Menurut Gunawan (2016), uji linearitas merupakan suatu syarat bagi setiap uji hipotesis hubungan yang dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara kedua variabel penelitian memiliki hubungan yang linear atau tidak. Uji linearitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 25* dengan menggunakan lajur *linearity* yang dapat dilihat pada tabel Anova. Kaidah yang digunakan pada uji linearitas ini yaitu, apabila nilai $p < 0,05$ maka hubungan kedua variabel dalam penelitian dapat dikatakan linear. Berikut hasil uji linearitas hubungan kedua variabel yang dilakukan pada penelitian ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Linieritas Hubungan

Variabel Penelitian	F Linierity	P
Presentasi Diri	62,803	0,000
Harga Diri		

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, hasil uji linearitas hubungan antara variabel presentasi diri dengan harga diri diperoleh *linearity* dengan nilai $F = 62,803$ dan $p =$

0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian memiliki hubungan yang linear dan tidak menyimpang dari garis lurus.

3. Analisis uji hipotesis

Setelah uji prasyarat dilakukan, peneliti selanjutnya melakukan uji hipotesis. Sugiyono (2016) mengemukakan bahwa apabila pada saat uji normalitas dilakukan data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal, maka analisis data secara parametrik tidak dapat digunakan. Sehingga pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan secara nonparametrik. Metode statistika nonparametrik merupakan suatu metode analisis data yang dapat digunakan tanpa memperhatikan bentuk distribusinya sehingga statistika ini sering juga disebut metode bebas sebaran (*distribution free methods*) (Nugroho & Vusvitasari, 2008). Uji hipotesis secara nonparametrik yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi rho (ρ) dari Spearman. Metode ini digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara kedua variabel. Berikut hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan.

Tabel 4.9
Uji Hipotesis Data Penelitian

Variabel Penelitian	<i>Correlation Spearman</i>	<i>p</i>
Presentasi Diri	0,546	0,000
Harga Diri		

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,546 dengan signifikansi $p < 0,000$. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan antara variabel harga diri dan presentasi diri pada pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri, maka semakin tinggi pula presentasi diri. Sebaliknya semakin rendah harga diri, maka semakin rendah pula presentasi dirinya. Berikut

sumbangan relatif hasil penelitian dari kedua variabel yang dapat dilihat pada tabel Analisis *Measure of Association* berikut ini.

Tabel 4.10
Analisis Measure of Association

Variabel Penelitian	r^2
Harga Diri dengan Presentasi Diri	0,469

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.10 di atas, ditemukan bahwa pada penelitian ini diperoleh sumbangan relatif dari kedua variabel senilai 0,469. Sehingga dapat diartikan bahwa terdapat 476.9% pengaruh harga diri dengan presentasi diri bagi pengguna instagram.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri (*self esteem*) dengan presentasi diri (*self presentation*) pada pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang. Analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara presentasi diri dengan harga diri dengan koefisien rho (p) = 0,552 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri, maka semakin tinggi pula presentasi diri. Sebaliknya semakin rendah harga diri, maka semakin rendah pula presentasi dirinya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Mawardi (2020), Ramadhani dan Ningsih (2021), serta Rozika dan Ramdhani, (2016) yang dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri. Hal ini disebabkan karena harga diri dapat membantu individu untuk

membentuk orientasi sosial yang baik, keyakinan diri, kepercayaan diri, serta kemampuan menghadapi kesulitan dan situasi yang menekan secara lebih efektif, serta membantu individu untuk mengembangkan harapan, dan tujuan positif. Hal ini pada akhirnya juga dapat mendorong individu untuk mengembangkan presentasi diri pada dirinya.

Ada beberapa kemungkinan terjadinya hasil penelitian positif dan signifikan antara variabel harga diri dan presentasi diri. Pertama, sebagian besar responden menganggap harga diri yang dimiliki dalam penggunaan media sosial instagram ini dapat meningkatkan presentasi diri mereka. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Rahmadeni dan Ningsih (2021) dengan menunjuk harga diri yang rendah akan menunjukkan presentasi diri yang negatif disebabkan diri mengalami kekurangan dalam mengontrol aktifitas di instagram. Kedua, sebagian responden menganggap bahwa harga diri adalah bagian yang penting dalam menyikapi presentasi diri yang dihasilkan hingga kemampuan tercermin dan dapat dipakai sebagai bentuk penampilan diri sesungguhnya. Hal ini didukung oleh Perdini dan Hutahaean (2021) tentang bagaimana presentasi diri yang positif dalam mencari kebajikan dalam diri dimana dicerminkan dalam penggunaan Instagram khususnya dalam Instagram mereka dapat melibatkan secara selektif membangun hal yang positif.

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian di atas, ditemukan bahwa kedua variabel yang diujikan pada penelitian ini yaitu harga diri dan presentasi diri memiliki hubungan yang positif dan sangat signifikan, sehingga harga diri memiliki

kontribusi yang besar dalam presentasi diri pada pengguna instagram. Apabila harga diri tinggi, maka presentasi diri pada siswa/i pengguna instagram akan tinggi pula.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, salah satunya yaitu pendekatan kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini membuat hasil penelitian hanya dapat diinterpretasikan ke dalam bentuk angka dan presentasi yang selanjutnya dideskripsikan kembali. Sehingga hasil penelitian ini tidak dapat melihat fenomena psikologi yang terjadi secara lebih luas.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, maka diperoleh nilai korelasi (p) 0,546 dengan signifikan 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi pula presentasi diri pada pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang, sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin rendah pula presentasi diri pada pengguna instagram di SMA Negeri 2 Sabang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan secara keseluruhan, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk dilaksanakan pada penelitian selanjutnya. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Remaja Pengguna Instagram

Peneliti menyarankan agar dapat meningkatkan harga diri dengan menjadikan instagram sebagai wadah untuk mengembangkan karya dan bakat yang dimiliki, memikirkan resiko dari setiap perilaku yang dilakukan di instagram, serta

mengontrol diri dari menampilkan sesuatu yang tidak layak atau tidak sesuai standar moral, etika, dan agama.

2. Bagi SMA Negeri 2 Sabang

Peneliti menyarankan agar pihak sekolah memberikan edukasi kepada siswa/i tentang cara meningkatkan harga diri bagi remaja pengguna instagram. Dengan program edukasi tersebut siswa/i dapat memiliki harga diri yang baik dan mampu mempresentasikan dirinya secara tepat di media sosial.

3. Kepada peneliti selanjutnya

Disarankan untuk memperbanyak subjek dan memperluas rumusan masalah dalam penelitian sehingga memperkaya hasil penelitian. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor lain yang juga berkaitan dengan presentasi diri dan mampu mengembangkan penelitian sejenis baik dari segi metode, analisa, dan alat ukur yang digunakan agar penelitian selanjutnya lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019). Presentasi diri di sosial media (Instagram dan Facebook) Sebuah literature review. *Psychopolytan*, 2(2), 124-130.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2007). *Pengukuran Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2012). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman and Company.
- Delamater, J. D., & dkk. (2011). *Social Psychology Seventh Edition*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Diananda, A. (2018). Psikologi Remaja dan Permasalahannya. *ISTIGHNA*, 1(1), 116-133.
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Scotland: University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.
- Hidayat, K., & Bashori, K. (2016). *Psikologi Sosial: Aku, Kami, dan Kita*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1990). *Psikologi perkembangan : suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). *Toward a General Theory of Strategic Self Presentation*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Kassin, S. M., & dkk. (2008). *Social Psychology*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved Juli 28, 2022, from Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kemp, S. (2023, Januari 26). *The Changing World of Digital in 2023*. Retrieved Februari 15, 2023, from We Are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Kusumasari, H., & Hidayati, D. S. (2014). Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja. *Jurnal Psikologi Teori & Terapan*, 4(2), 91-105.

- Maryam, E. W. (2018). *Psikologi Sosial Jilid I*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can You Guess Who Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Sagepubjournal*, 3(1), 1-10.
- Nastiti, A. D., & Purworini, D. (2018). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33-47.
- Oktaviani, M. A. (2019). Hubungan Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram. *Psikoborneo*, 7(4), 549-556.
- Pradita, L. R., & Kristanty, S. (2018). Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri. *Pantarei*, 2(2).
- Prastika, A. C., Pakuningjati, A. L., & dkk. (2018). *Isu-Isu Masyarakat Digital Kontemporer*. Yogyakarta: Seri Literasi Digital.
- Ramadhani, F., & Ningsih, Y. T. (2021). Kontribusi Self Esteem Terhadap Self Presentation Pada Remaja Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2986-2991.
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 2(3), 172-183.
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span development: Perkembangan Masa Hidup Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, B. N., Matindas, & Woodrow, R. (1998). *Pedoman Penulisan Skripsi Psikologi*. Jakarta: LPSP3-UI.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. (2018). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah Konsep, Teori, dan Aplikasinya*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Widyastuti, Y. (2014). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wulandari, S. O. (2014). Hubungan Antara Dukungan Sosial Keluarga Terhadap Tingkat Self Esteem Pada Penderita Pasca Stroke. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, 3(2), 110-118.

Yang, C.-c., & Brown, B. B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *J Youth Adolescence*, 45(2), 402–416.



SKALA PRESENTASI DIRI (SELF PRESENTATION)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya menggunakan <i>hashtag</i> (#) untuk menyebarluaskan postingan saya agar dapat dilihat oleh orang yang bukan <i>follower</i> saya di instagram.				
2	Saya tidak dapat mengekspresikan diri di instagram.				
3	Saya rutin membagikan postigan di instagram setiap hari.				
4	Apa yang saya tampilkan di instagram sama sekali tidak sesuai dengan keadaan saya di kehidupan sehari-hari.				
5	Saya sering membagikan informasi tentang kehidupan sehari-hari di instagram.				
6	Saya tidak tertarik untuk menggunakan filter yang ada di instagram.				
7	Ketika mendapatkan prestasi/penghargaan saya selalu mempostingnya di instagram.				
8	Saya tidak pernah menunjukkan di instagram ketika saya mendapatkan prestasi.				
9	Saat membuat <i>story</i> di instagram saya sering menggunakan filter mempercantik penampilan saya.				
10	Saya tidak ingin banyak orang lain yang mengetahui kehidupan yang saya lakukan sehari-hari.				
11	Saya nyaman ketika menunjukkan kepribadian yang sama di dunia nyata dan dunia maya.				
12	Saya sangat jarang mengunggah postingan di instagram.				
13	Saya ingin memiliki jumlah follower yang banyak agar bisa menunjang popularitas saya.				
14	Postingan saya di instagram hanya bisa dilihat oleh <i>close friend</i> (teman dekat).				
15	Postingan Saya memanfaatkan fitur <i>share</i> dengan tujuan agar unggahan saya dapat dilihat oleh pengguna media sosial lainnya.				
16	Saya tidak berharap orang lain suka dengan postingan yang saya upload.				
17	Saya sering memposting berbagai kegiatan saya di instagram.				

18	Terkadang saat di instagram saya mencoba untuk menjadi orang lain dibandingkan dengan menjadi diri sendiri.				
19	Saya membagikan postingan tentang masalah pribadi saya di instagram.				
20	Saya selalu mengunggah postingan di instagram secara spontan tanpa ada editan.				
21	Saya sering memposting kelebihan yang saya miliki (contohnya: harta, kepandaian, wajah, dll).				
22	Saya tidak pernah memposting kegiatan saat saya sedang belajar.				
23	Saya sering mengunggah kata-kata bijak agar terlihat baik.				
24	Ketika ada masalah saya tidak pernah menunjukkannya di instagram.				
25	Saya merasa lebih berani dan percaya diri ketika berperilaku apa adanya di instagram.				
26	Saya tidak suka memposting kegiatan yang saya lakukan diinstagram.				
27	Saya mengunggah foto di instagram dengan tujuan agar membuat orang lain tertarik dengan saya.				
28	Saya tidak pernah menggunakan fitur untuk menyebarkan postingan saya yang ada di instagram.				



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

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

b. Tabulasi Skala Presentasi Diri Tahap 2

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

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

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



SKALA HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu berfikir terlebih dahulu sebelum mengerjakan sesuatu.				
2	Saya terlalu takut untuk mengambil keputusan sendiri.				
3	Saya mampu memimpin sebuah kelompok.				
4	Saya merasa saya bisa berhasil hanya karna faktor keberuntungan.				
5	Teman-teman saya selalu memberikan dukungan yang terbaik untuk saya.				
6	Saya pernah mengambil barang atau sesuatu yang bukan milik saya.				
7	Saya merasa populer diantara teman-teman sepergaulan.				
8	Saya sering melanggar peraturan yang telah ditetapkan sekolah.				
9	Orang-orang disekitar saya menerima saya apa adanya.				
10	Saya sering mengabaikan orang-orang yang butuh bantuan saya.				
11	Saya senang menolong orang lain.				
12	Orang lain jarang menerima masukan/pendapat yang saya berikan.				
13	Saya selalu mematuhi peraturan yang diterapkan sekolah.				
14	Saya merasa teman-teman saya lebih populer dibandingkan saya.				
15	Saya tidak pernah mengambil barang atau sesuatu yang bukan milik saya.				
16	Saya merasa teman-teman kurang mendukung dan membantu saya.				
17	Saya mampu mendapatkan prestasi yang memuaskan di sekolah.				
18	Saya tidak mampu memimpin suatu kelompok.				
19	Saya selalu merasa yakin dengan keputusan yang saya ambil.				
20	Saya mudah panik dan stress ketika sedang menghadapi masalah.				
21	Saya dapat mengendalikan diri saat sedang mengalami emosi negatif.				

22	Saya merasa tidak yakin untuk menyelesaikan sebuah tugas dengan baik.				
23	Orang-orang akan mengikuti setiap instruksi dan arahan yang saya berikan.				
24	Saya tidak bisa berhasil meskipun sudah belajar dengan giat.				
25	Teman-teman selalu membantu ketika saya mengalami kesulitan.				
26	Saya sering berbohong kepada teman.				
27	Banyak orang yang tertarik untuk berteman dengan saya.				
28	Saya sering berlaku tidak sopan kepada orang yang lebih tua.				
29	Saran/pendapat saya selalu diterima dengan baik oleh orang lain.				
30	Saya tidak suka ketika mendengar orang lain memberikan pendapat.				
31	Saya selalu menghargai pendapat yang diberikan oleh orang lain.				
32	Saya merasa orang-orang tidak menyukai kehadiran saya.				
33	Saya selalu berlaku sopan kepada orang yang lebih tua.				
34	Orang-orang tidak tertarik untuk menjadi teman saya.				
35	Saya selalu berkata jujur dan bersikap baik kepada orang lain.				
36	Ketika saya sedang mengalami kesulitan tidak ada teman yang datang pada saya.				
37	Keberhasilan yang saya raih sekarang adalah hasil jerih payah saya seluma ini.				
38	Saya tidak mampu memberikan arahan kepada orang lain.				
39	Saya mampu menyelesaikan tugas dengan baik.				
40	Saya sering bertindak secara gegabah tanpa memikirkan resiko yang akan saya hadapi kedepannya.				

a. Tabulasi Skala Harga Diri Tahap 1

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

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

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



KOEFISIEN DAYA BEDA AITEM PRESENTASI DIRI
(*SELF PRESENTATION*)

a. Koefisien Daya Beda Aitem Tahap 1

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.923	28

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	75.1333	142.389	.320	.	.927
VAR00002	75.4000	139.837	.484	.	.925
VAR00003	75.4333	136.453	.646	.	.923
VAR00004	75.1000	144.329	.246	.	.928
VAR00005	75.3667	135.084	.698	.	.922
VAR00006	74.9667	145.185	.176	.	.929
VAR00007	75.1167	134.952	.627	.	.923
VAR00008	75.1167	143.834	.247	.	.928
VAR00009	75.2000	138.536	.550	.	.924
VAR00010	75.5167	136.830	.659	.	.923
VAR00011	75.1000	136.905	.504	.	.925
VAR00012	75.4000	138.278	.584	.	.924
VAR00013	75.2000	141.790	.349	.	.927
VAR00014	75.1333	138.118	.529	.	.925
VAR00015	75.2167	135.156	.662	.	.923
VAR00016	75.4500	136.964	.541	.	.925
VAR00017	75.3333	132.056	.737	.	.921
VAR00018	75.0167	143.339	.293	.	.927
VAR00019	75.4500	134.930	.634	.	.923
VAR00020	75.2167	143.393	.284	.	.928
VAR00021	75.6000	130.414	.793	.	.920
VAR00022	75.3500	141.316	.439	.	.926
VAR00023	75.4167	131.908	.763	.	.921

VAR00024	75.4833	134.796	.638	.	.923
VAR00025	75.1167	140.952	.481	.	.925
VAR00026	75.3667	137.355	.629	.	.923
VAR00027	75.4333	135.538	.658	.	.923
VAR00028	75.1667	135.599	.605	.	.924

b. Koefisien Daya Beda Aitem Tahap 2

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.928	25

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	66.1167	132.003	.317	.	.932
VAR00002	66.3833	130.105	.445	.	.930
VAR00003	66.4167	125.908	.668	.	.927
VAR00004	66.3500	124.672	.714	.	.926
VAR00005	66.1000	124.498	.644	.	.927
VAR00006	66.1833	127.915	.572	.	.928
VAR00007	66.5000	127.169	.622	.	.928
VAR00008	66.0833	126.552	.511	.	.930
VAR00009	66.3833	128.071	.580	.	.928
VAR00010	66.1833	130.966	.375	.	.931
VAR00011	66.1167	127.868	.528	.	.929
VAR00012	66.2000	125.112	.656	.	.927
VAR00013	66.4333	126.792	.538	.	.929
VAR00014	66.3167	121.610	.759	.	.925
VAR00015	66.0000	133.593	.243	.	.933
VAR00016	66.4333	124.487	.650	.	.927
VAR00017	66.2000	133.620	.236	.	.933
VAR00018	66.5833	120.145	.808	.	.924
VAR00019	66.3333	130.734	.454	.	.930

VAR00020	66.4000	121.498	.784	.	.925
VAR00021	66.4667	125.033	.617	.	.928
VAR00022	66.1000	130.532	.485	.	.930
VAR00023	66.3500	127.045	.633	.	.928
VAR00024	66.4167	125.027	.678	.	.927
VAR00025	66.1500	125.486	.601	.	.928



**KOEFISIEN DAYA BEDA AITEM HARGA DIRI
(*SELF ESTEEM*)**

a. Koefisien Daya Beda Aitem Tahap 1

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.897	.893	40

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	117.3833	133.427	.257	.	.896
VAR00002	118.0833	128.823	.460	.	.894
VAR00003	117.7833	128.613	.457	.	.894
VAR00004	117.7500	124.055	.701	.	.889
VAR00005	117.3833	135.800	.035	.	.899
VAR00006	117.6833	129.101	.409	.	.895
VAR00007	118.1333	126.829	.412	.	.895
VAR00008	117.7667	128.623	.431	.	.894
VAR00009	117.5333	133.948	.181	.	.897
VAR00010	117.5500	133.269	.225	.	.897
VAR00011	117.3167	134.423	.145	.	.898
VAR00012	117.8833	128.105	.503	.	.893
VAR00013	117.6500	127.452	.532	.	.893
VAR00014	118.1667	124.345	.557	.	.892
VAR00015	117.7167	131.393	.280	.	.897
VAR00016	117.8167	128.966	.421	.	.894
VAR00017	117.7667	125.267	.660	.	.890
VAR00018	117.7000	127.061	.565	.	.892
VAR00019	117.5667	128.148	.488	.	.893
VAR00020	118.1833	129.101	.364	.	.896
VAR00021	117.8167	129.881	.454	.	.894
VAR00022	117.9500	127.506	.560	.	.892
VAR00023	117.9833	129.101	.508	.	.893

VAR00024	117.7000	131.671	.325	.	.896
VAR00025	117.5833	130.790	.391	.	.895
VAR00026	117.6000	131.498	.311	.	.896
VAR00027	117.7167	130.308	.416	.	.894
VAR00028	117.3667	130.711	.371	.	.895
VAR00029	117.6833	130.627	.440	.	.894
VAR00030	117.5833	130.790	.354	.	.895
VAR00031	117.2833	134.444	.142	.	.898
VAR00032	117.8333	129.599	.466	.	.894
VAR00033	117.4167	132.891	.270	.	.896
VAR00034	117.7167	129.427	.420	.	.894
VAR00035	117.6833	134.559	.137	.	.898
VAR00036	117.6833	130.627	.470	.	.894
VAR00037	117.3667	132.846	.264	.	.896
VAR00038	117.9000	127.142	.636	.	.891
VAR00039	117.6333	133.829	.252	.	.896
VAR00040	117.6333	128.270	.455	.	.894

b. Koefisien Daya Beda Aitem Tahap 2

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.903	.901	34

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	97.8333	122.446	.233	.	.903
VAR00002	98.5333	117.609	.472	.	.900
VAR00003	98.2333	117.368	.471	.	.900
VAR00004	98.2000	112.908	.722	.	.896
VAR00005	98.1333	117.609	.437	.	.901
VAR00006	98.5833	115.162	.448	.	.901
VAR00007	98.2167	117.291	.450	.	.901

VAR00008	98.3333	117.175	.498	.	.900
VAR00009	98.1000	116.803	.509	.	.900
VAR00010	98.6167	112.715	.599	.	.898
VAR00011	98.1667	120.345	.273	.	.903
VAR00012	98.2667	117.724	.434	.	.901
VAR00013	98.2167	114.851	.629	.	.897
VAR00014	98.1500	116.130	.563	.	.899
VAR00015	98.0167	116.898	.504	.	.900
VAR00016	98.6333	117.592	.390	.	.902
VAR00017	98.2667	118.640	.467	.	.900
VAR00018	98.4000	116.380	.571	.	.899
VAR00019	98.4333	118.114	.503	.	.900
VAR00020	98.1500	120.706	.310	.	.903
VAR00021	98.0333	119.999	.366	.	.902
VAR00022	98.0500	120.625	.291	.	.903
VAR00023	98.1667	119.531	.391	.	.901
VAR00024	97.8167	120.186	.327	.	.902
VAR00025	98.1333	119.541	.438	.	.901
VAR00026	98.0333	120.033	.328	.	.902
VAR00027	98.2833	118.071	.501	.	.900
VAR00028	97.8667	122.321	.215	.	.904
VAR00029	98.1667	117.768	.460	.	.900
VAR00030	98.1333	119.372	.483	.	.900
VAR00031	97.8167	121.847	.247	.	.903
VAR00032	98.3500	115.926	.655	.	.898
VAR00033	98.0833	122.993	.208	.	.903
VAR00034	98.0833	116.722	.489	.	.900

A R - R A N I R Y

UJI KATEGORISASI PRESENTASI DIRI (*SELF PRESENTATION*)

Statistics			
		Kategorisasi_Pr esentasi_Diri	Kategorisasi_Ha rga_Diri
N	Valid	191	191
	Missing	0	0

Kategorisasi_Presentasi_Diri					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	36	18.8	18.8	18.8
	Sedang	113	59.2	59.2	78.0
	Tinggi	42	22.0	22.0	100.0
	Total	191	100.0	100.0	

UJI KATEGORISASI HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)

Statistics			
		Kategorisasi_Pr esentasi_Diri	Kategorisasi_Ha rga_Diri
N	Valid	191	191
	Missing	0	0

Kategorisasi_Harga_Diri					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	33	17.3	17.3	17.3
	Sedang	135	70.7	70.7	88.0
	Tinggi	23	12.0	12.0	100.0
	Total	191	100.0	100.0	

DATA EMPIRIK PPRESENTASI DIRI DAN HARGA DIRI

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Presentasi_Diri	191	69.7539	10.36884	42.00	91.00
Harga_Diri	191	100.3613	10.55364	66.00	136.00

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Presentasi_Diri	Harga_Diri
N		191	191
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	69.7539	100.3613
	Std. Deviation	10.36884	10.55364
Most Extreme Differences	Absolute	.139	.125
	Positive	.082	.083
	Negative	-.139	-.125
Test Statistic		.139	.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c

UJI LINEARITAS

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Presentasi_Diri *	191	100.0%	0	0.0%	191	100.0%
Harga_Diri						

Report			
Presentasi_Diri			
Harga_Diri	Mean	N	Std. Deviation
66.00	57.0000	1	.
70.00	86.0000	1	.
75.00	67.0000	2	18.38478

80.00	65.0000	3	11.78983
81.00	59.3333	3	5.77350
82.00	65.0000	1	.
83.00	57.5000	4	8.10350
84.00	58.3333	3	1.15470
85.00	58.0000	2	9.89949
86.00	64.2500	4	2.21736
87.00	59.0000	2	1.41421
88.00	64.5000	4	3.78594
89.00	63.0000	3	12.00000
90.00	67.2500	4	7.80491
91.00	61.6000	5	12.97305
92.00	59.0000	5	14.56022
93.00	69.0000	4	11.69045
94.00	61.2000	5	5.21536
95.00	62.0000	1	.
96.00	64.0000	2	4.24264
97.00	58.5000	4	5.50757
98.00	72.5000	2	4.94975
99.00	67.0000	6	7.12741
100.00	67.2857	7	6.39568
101.00	67.0000	8	12.98351
102.00	71.2857	7	7.97317
103.00	72.8750	8	7.18008
104.00	60.6667	3	4.93288
105.00	73.9565	23	8.91617
106.00	74.8000	5	4.32435
107.00	72.6250	8	11.51319
108.00	78.6429	14	2.23975
109.00	75.0000	3	.00000
110.00	74.9091	11	8.92698
111.00	76.7778	9	7.91798
112.00	79.3333	3	.57735
113.00	80.6667	3	6.80686
115.00	88.0000	1	.
116.00	87.0000	1	.
117.00	67.0000	3	10.39230
121.00	91.0000	1	.

124.00	50.0000	1	.
136.00	75.0000	1	.
Total	69.7539	191	10.36884

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Presentasi_Diri * Harga_Diri	Between Groups	(Combined)	9848.059	42	234.478	3.280	.000
		Linearity	4489.333	1	4489.333	62.803	.000
		Deviation from Linearity	5358.725	41	130.701	1.828	.005
	Within Groups		10579.376	148	71.482		
	Total		20427.435	190			

UJI HIPOTESIS

Correlations				
			Presentasi_Diri	Harga_Diri
Spearman's rho	Presentasi_Diri	Correlation Coefficient	1.000	.546**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	191	191
	Harga_Diri	Correlation Coefficient	.546**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	191	191

Measures of Association					
		R	R Squared	Eta	Eta Squared
Presentasi_Diri * Harga_Diri		.469	.220	.694	.482



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

nomor : B-530/Un.08/FPsi.I /PP.00.9/5/2023

tempat : -

judul : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

pada Yth,

pala Dinas Pendidikan Kota Sabang

salamu'alaikum Wr.Wb.

pinpinan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **Maulidia Rizqa Effendi / 180901119**

Program Studi/Jurusan : / Psikologi

Alamat sekarang : Gampong Meunasah Manyang, Kecamatan Krueng Barona Jaya

Adanya yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Psikologi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan skripsi dengan judul **HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI (SELF ESTEEM) DENGAN PERSEPSI DIRI (SELF PRESENTATION) PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA SABANG**

Dengan demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 29 Mei 2023

Yang Berhormat,

Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Validasi sampai : 12 Juni 2023

Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si.



PEMERINTAH ACEH
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI 2 SABANG

Jalan Tinjau Alam Gampong Aneuk Laot Kota Sabang kode pos 23514
Telpon/Fax. (0652) 21317 Email : sman2sabang@gmail.com



SURAT KETERANGAN

Nomor : 421.3/KUR/120

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Sabang dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Maulidia Rizqi Effendi
NPM : 180901119
Prodi : Psikologi
Fakultas : Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Jenjang : S – 1

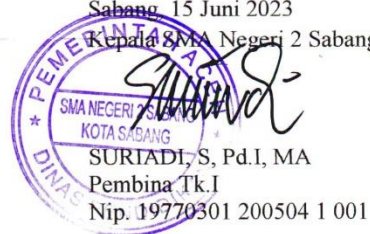
Benar yang Namanya tersebut diatas telah mengadakan Penelitian / Pengumpulan Data pada SMA Negeri 2 Sabang pada tanggal 05 s.d 12 Juni 2023 dengan Judul Skripsi:

“Hubungan Antara Harga Diri (Self Esteem) Dengan Presentasi Diri (Self Presentation) Pada Remaja Pengguna Instagram Di SMAN 2 Sabang”

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan seperlunya dan atas kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Sabang, 15 Juni 2023

Kepala SMA Negeri 2 Sabang



SURIADI, S, Pd.I, MA

Pembina Tk.I

Nip. 19770301 200504 1 001