



---

ARTIKEL PENELITIAN

**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DAN *ONLINE DISINHIBITION EFFECT* PADA GENERASI Z PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER**

SHAGITA ARIESANDY & ATIKA DIAN ARIANA\*

Departemen Psikologi Kepribadian dan Sosial , Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dan *online disinhibition effect* (ODH) terhadap generasi Z pengguna media sosial twitter. *Self-esteem* menjadi salah satu faktor yang berperan dalam penggunaan internet. Namun penggunaan internet itu sendiri memiliki efek samping lain yang membuat seseorang menjadi memiliki dua persona. Perilaku online dan offline dari seseorang yang berbeda inilah yang disebut dengan online disinhibition effect. Hal ini kerap kali menjadi motivasi seseorang untuk bertindak kriminal di dunia internet. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif terhadap 150 subjek generasi Z. Alat ukur yang digunakan adalah Rosenberg Self-esteem Scale (RSES) dan Online disinhibition scale. Hasil Analisa penelitian ditemukan terdapat hubungan positif yang cukup signifikan antara kedua variabel ( $r=0,404$ ;  $p=0,000$ ) Hubungan tersebut bersifat positif. Dimana semakin tinggi *self-esteem* seseorang maka semakin tinggi pula kecenderungan online disinhibition effect. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk membuat intervensi terhadap penggunaan internet.

**Kata kunci:** *Self-esteem, Online Disinhibition Effect, Generasi Z, Internet*

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the relationship between self-esteem and online disinhibition effect (ODH) on the Z generation of Twitter social media users. Self-esteem is one of the factors that play a role in internet use. But the use of the internet itself has another side effect that makes a person have two personas. This online and offline behavior of a different person is called the online disinhibition effect. This is often the motivation for someone to act criminally in the internet world. This research is a quantitative study of 150 Z generation subjects. The measurement tools used are the Rosenberg Self-esteem Scale (RSES) and the Online disinhibition scale. The results of the research analysis found that there was a significant positive relationship between the two variables ( $r=0.404$ ;  $p=0.000$ ). This relationship was positive. Where the higher a person's self-esteem, the higher the tendency of online disinhibition effect. This research can be used as a reference for making interventions on internet use.

**Keywords:** *Self-esteem, Online Disinhibition Effect, Z Generation, Internet*

\*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Kampus B Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Surel: **atika.ariana@psikologi.unair.ac.id**



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (CC-BY-4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

## PENDAHULUAN

Zaman sedang beralih menjadi era yang serba modern dan *digital*. Internet menjadi salah satu aspek yang cukup penting dalam kehidupan semua orang. Dengan kehadiran internet semuanya menjadi serba mudah dan cepat. Internet adalah sistem komunikasi sosial, kultural, komersial, edukasi dan hiburan yang memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan dan manfaat kepada penggunanya dengan memberi ruang untuk kreativitas dan mendistribusikannya ke seluruh dunia (Akdeniz, 2002).

Menurut Badan Pusat Statistik, persentase pengguna internet pada tahun 2021 berjumlah sekitar 62,10% dari total populasi di Indonesia. Jumlah pelanggan telepon selular pada tahun 2021 menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika, telah menembus 90,54%. Angka ini mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya mencapai 88,46%. Peningkatan penggunaan internet ini salah satunya juga disebabkan oleh peristiwa pada awal pertengahan tahun 2020, adanya pandemi COVID-19 yang menyerang hampir di seluruh bagian dunia, menyebabkan seluruh kegiatan tatap muka terpaksa dibatalkan dan semua kegiatan berlangsung secara *online* dan *digital*. Per Januari 2020 menurut *WeAreSocial*, jumlah pengguna internet di Indonesia adalah sebesar 175,4 juta dan diperkirakan terus meningkat setelah adanya pandemik COVID-19. Peningkatan penggunaan internet juga disebabkan oleh semakin murahnya harga telepon genggam dan *smartphone*, yang kebanyakan memiliki kemampuan untuk mengakses internet sehingga menjadikan masyarakat lebih murah dan lebih mudah untuk berselancar di Internet (Sari & Suryanto, 2016).

Generasi Z adalah generasi pertama yang lahir di zaman berkembangnya teknologi dan internet (Elizelle Juaneé Cilliers, 2021). Ciri khas generasi Z ialah mereka tidak terbatas pada topik-topik tertentu saja. Mereka sangat menyukai hal-hal yang baru. Mereka aktif dalam mencari berita-berita yang sedang terjadi di sekitarnya maupun yang sedang terjadi di belahan dunia lain (Elizelle Juaneé Cilliers, 2017). Ciri lain yang sangat erat dengan generasi Z juga ialah mereka sangat paham dengan teknologi dan mendukung komunikasi melalui teknologi daripada kontak secara langsung (Poláková & Klímová, 2019).

Sudah menjadi fakta umum bahwa perbedaan individu seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan kepribadian menjadi faktor dalam penggunaan media massa (Journal & Rosengren, 1974). Penggunaan internet dapat menyebabkan seseorang mengalami transformasi psikologis pada identitas (persepsi diri), *self-esteem*, *personal empowerment*, *self-confidence*, dan peningkatan hubungan interpersonal di internet (Anderson dkk., 2001; Bier dkk., 1997; Henderson, 2001; Leung dkk., 2004). Sejak maraknya media sosial, hubungan antara penggunaan media sosial dan kepribadian menjadi pertimbangan dalam berbagai penelitian (Correa et al., 2010; Ryan and Xenos, 2011) Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamburger & Vinitzky (2010) ditemukan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kepribadian seseorang dengan penggunaan jejaring sosial.

*Online Disinhibition Effect* ialah bagaimana cara seseorang berbicara dan berperilaku di dunia maya (*cyberspace*) berbeda dengan perilaku mereka di dunia nyata. Saat online, beberapa orang akan mengungkapkan diri atau bertindak lebih sering atau lebih intens daripada secara langsung dalam kehidupan nyata (Suler, 2004). Disinhibisi ini dapat bekerja dalam dua arah yang berlawanan. Terkadang seseorang dapat berbagi hal yang sangat pribadi tentang diri mereka sendiri. Mereka mengungkapkan emosi, ketakutan, keinginan, dan juga rahasia. Mereka akan menunjukkan tindakan kebaikan dan kemurahan hati yang luar biasa dan terkadang berusaha keras untuk membantu orang lain. Hal ini kita

sebut juga dengan *Benign Online Disinhibition*. Namun, disinhibisi tidak selalu menguntungkan. Kita seringkali menemukan postingan dengan bahasa yang kasar, kritikan kasar, kemarahan, kebencian, bahkan ancaman. Atau orang-orang yang mengunjungi dunia gelap bawah Internet dimana tempat pornografi, kejahatan, dan kekerasan serta wilayah yang tidak akan pernah mereka jelajahi di dunia nyata. Hal ini kita sebut juga dengan *Toxic Online Disinhibition* (Suler, 2004)

Dampak yang ditimbulkan oleh *online disinhibition effect* ini pun sudah banyak diteliti. Seorang remaja yang masih dalam tahap perkembangan dapat dengan mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan akan menjadi lebih terbuka untuk mengungkapkan perasaan dan emosi ketika berinteraksi secara *online* (Lapidot-Lefler & Barak, 2015). Perbedaan perilaku secara *online* dan *offline* seringkali memicu permusuhan dan seringkali berujung pada Tindakan kriminal (Suler, 2004). Sebuah penelitian juga ditemukan bahwa frekuensi penggunaan sosial media dapat meningkatkan *self-esteem* seseorang (Gonzales & Hancock, 2011). Hal ini seringkali berkaitan dengan peningkatan *self-esteem* (harga diri) dan menurunnya *self-control* (kontrol diri) (Wilcox & Stephen, 2013).

Ketika perilaku seseorang berbeda di dunia nyata dan di internet, atau yang disebut juga dengan fenomena *online disinhibition effect*, seringkali menimbulkan tindakan kriminal. (Suler & Ph, 2004) Efek samping yang negatif ini didukung dengan adanya anonimitas di internet yang menyebabkan susah untuk ditelusuri pelakunya.

## METODE

### *Desain Penelitian*

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Saifuddin Azwar, penelitian kuantitatif deskriptif melakukan analisis hanya sampai taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Dalam pengambilan data, Alat ukur yang akan digunakan untuk mengukur variabel *self-esteem* adalah *Rosenberg Self-esteem Scale* (RSES) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Azwar (2019). Total ada 10 item alat ukur dua dimensi di dalam *self-esteem* itu sendiri. Sedangkan untuk *Online Disinhibition Effect* alat ukur yang digunakan ialah menggunakan skala yang dibuat oleh Tung-Ching Lin sheng wu dan Jou-Fan Shih (2017) yang kemudian diadaptasi dan diterjemahkan oleh Hariyanto (2017). Terdapat 29 item di dalam skala tersebut. Kuesioner dibuat dengan media Google Form. Media sosial yang dipilih sebagai sasaran yakni Instagram lewat postingan dan Instagram Story, dan WhatsApp lewat pesan grup. Serta tentu saja penyebaran kuesioner dilakukan di media sosial Twitter.

Informasi kuisisioner juga disebarakan melalui poster yang berisi informasi terkait tujuan penelitian, kriteria partisipan, informasi kontak peneliti, tautan untuk mengakses kuisisioner dan informasi *reward*.

### *Partisipan*

Populasi adalah sumber data penelitian yang terdiri atas kumpulan abstrak atas upaya generalisasi (Neuman, 2014) Yang menjadi subjek penelitian ini ialah generasi Z usia 11-28 tahun yang menggunakan dan memiliki akun di media sosial *Twitter*. Subjek diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana teknik ini digunakan untuk menentukan sampel dari sebuah populasi dengan kriteria tertentu sampai jumlah yang diinginkan tercapai (Sugiyono, 2013).

Total jumlah subjek yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 150 orang. Persebaran partisipan berdasarkan jenis kelamin responden laki-laki ialah sebesar 59 orang (39,3%) dan responden perempuan sebesar 91 orang (60,7%). Persebaran partisipan berdasarkan usia adalah responden berusia 16 tahun berjumlah 5 orang (3,4%), responden berusia 17 tahun berjumlah 2 orang (1,3%), responden berusia 19 tahun berjumlah 4 orang (2,7%), responden berusia 20 tahun berjumlah 8 orang

(5,4%), responden berusia 21 tahun berjumlah 13 orang (8,7%), responden berusia 22 tahun berjumlah 9 orang (6%), responden berusia 23 tahun berjumlah 19 orang (12,7%), responden berusia 24 tahun berjumlah 27 orang (18%), responden berusia 25 tahun berjumlah 32 orang (21,3%), responden berusia 26 tahun berjumlah 11 orang (7,3%), responden berusia 27 tahun berjumlah 6 orang (4%), responden berusia 28 tahun berjumlah 14 orang (9,4%).

#### *Pengukuran*

Alat ukur *self-esteem* yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Rosenberg Self-esteem Scale* (RSES) yang sudah di adaptasi dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Azwar (2019). Hasil dari uji validitas skala ini dilaporkan koefisien korelasinya berada di antara 0,415 – 0,703 untuk total 10 aitem. Hasil uji reliabilitas dari skala tersebut ialah sebesar 0,858 yang berarti reliabel.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *online disinhibition scale* yang dibuat oleh Tung-Ching Lin sheng wu dan Jou-Fan Shih (2017) yang kemudian diadaptasi dan diterjemahkan oleh Harijanto (2017). Hasil dari uji validitas skala ini dilaporkan koefisien korelasinya berada di antara 0,286 – 0,611 untuk total 29 aitem. Hasil uji reliabilitas dari skala tersebut ialah sebesar 0,892 yang berarti reliabel.

Sebelum melakukan analisis data, penulis terlebih dahulu melakukan uji asumsi, yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan rumus Kolmogorov-Smirnov. Setelah uji asumsi dilakukan, ditemukan bahwa data berdistribusi tidak normal dan linear.

#### *Analisis Data*

Analisis yang dilakukan adalah uji korelasi Pearson dengan menggunakan bantuan software SPSS Statistics 22.0 for Windows.

### HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian terdiri dari hasil analisis deskriptif dan hasil uji hipotesis kemudian dianalisis secara kritis, dipaparkan secara berurutan atau terpadu. Hindari narasi mengenai interpretasi data. Jika ada tabel/bagan/gambar berisi paparan hasil analisis yang sudah bermakna dan mudah dipahami maknanya secara cepat

Uji asumsi dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan uji korelasi.

#### Hasil Uji Normalitas

	Statistik	df	Sig.
<i>Self-esteem</i>	0,160	107	0,200
<i>Online Disinhibition effect</i>	0,132	107	0,200

Hasil uji normalitas menemukan bahwa distribusi data normal ( $p > 0,005$ ).

#### Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig.
<i>Self-esteem dan ODH</i>	0,000

Hasil uji linearitas menemukan bahwa distribusi data linear ( $p < 0,005$ ).

#### Tabel Klasifikasi Kekuatan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah

0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

### Hasil Uji Korelasi

			ODH
Pearson	Self-esteem	Koefisien korelasi	0,404
		Sig. (2-tailed)	0,000

\*\*  $p < 0,001$

Berdasarkan tabel di atas dapat dikatakan bahwa besar hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition effect* sebesar 0,404. Korelasi ini bersifat positif, artinya jika *self-esteem* seseorang itu tinggi maka kecenderungan *online disinhibition effect* juga akan tinggi, begitupun sebaliknya. Besarnya korelasi antar kedua variabel ini 0,404 yang termasuk rentang 0,21-0,40. Maka bisa dikatakan terdapat korelasi yang lemah antar kedua variabel. Signifikansi antar kedua variabel berjumlah 0,000 ( $p < 0,05$ ) oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition effect*.

### DISKUSI

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dan *online disinhibition effect* pada generasi Z pengguna media sosial *twitter*. Analisis telah dilakukan terhadap 150 subjek dengan menggunakan teknik korelasi Pearson dimana taraf signifikansi antar kedua variabel sebesar 0,000 yang dapat diartikan bahwa  $H_a$  diterima, terdapat hubungan yang sangat signifikan antara *self-esteem* dan *online disinhibition effect*. Nilai korelasi yang ditemukan sebesar 0,404 maka dapat diartikan bahwa terdapat korelasi yang positif diantara kedua variabel. Semakin tinggi *self-esteem* seseorang maka akan semakin tinggi pula kecenderungan *online disinhibition effect*, begitupun sebaliknya. Meskipun begitu dampak yang diberikan oleh *self-esteem* terhadap *online disinhibition effect* tergolong lemah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2021) dimana terdapat korelasi yang positif antara *self-esteem* dengan *online disinhibition effect* remaja pengguna sosial media. Meskipun penelitian tersebut memiliki alat ukur *self-esteem* dan *online disinhibition effect* yang berbeda namun ternyata tetap menunjukkan hasil yang selaras dengan penelitian penulis.

Individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi maka tinggi pula *self-concept* individu tersebut, maupun sebaliknya. Seseorang yang memiliki *self-esteem* yang rendah akan selalu diasosiasikan dengan kemampuan bersosialisasi yang kurang (Yapono, 2013). Telah disebutkan bahwa *online disinhibition effect* tidak selalu

memiliki efek yang baik. Terdapat *toxic online disinhibition* yang bisa berujung kepada hal-hal buruk yang biasa terjadi di dunia maya seperti *cyberbullying*, *cyberaggression* dll. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Fie et al., 2020) ditemukan bahwa seseorang yang memiliki *self-esteem* tinggi cenderung lebih sering menjadi pelaku *cyberbullying* daripada yang memiliki *self-esteem* rendah. Studi tersebut menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki *self-esteem* yang tinggi seringkali menggunakan sosial media, sehingga semakin meningkatkan potensi sebagai pelaku *cyberbullying*.

### SIMPULAN

Terdapat hubungan yang cukup signifikan antara *self-esteem* dan *online disinhibition effect*. Hubungan tersebut bersifat positif. Dimana semakin tinggi *self-esteem* seseorang maka semakin tinggi pula kecenderungan *online disinhibition effect*. Bagi peneliti selanjutnya bisa memilih sosial media yang lain, karena masih banyak sosial media lain yang belum dijajaki. Dan perhatikan durasi pemakaian sosial media, hal tersebut juga berperan besar.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dari awal hingga akhir penelitian. Penulis sangat menghargai segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

### DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Shagita Ariesandy tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.



**PUSTAKA ACUAN**

- Akdeniz, Y. (2018). *Anonymity , democracy , and cyberspace Anonymity , Democracy , and Cyberspace*. 69(March 2002), 1-12.
- Anom, A. K., Sarwono, D. A., & Chandra, Y. C. (2022). *FAKE NEWS CONSUMPTION AMONG INDONESIAN COVID-19*. 100(16).
- Branden, N. (1992). *The power of Self-Esteem*.
- Cendrawan, J., & R. P. Ajisuksmo, C. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keinginan Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(2), 203–216.  
<https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.1793>
- Cheung, C. M. K., Yee, R., Wong, M., & Chan, T. K. H. (2021). *Online disinhibition : conceptualization , measurement , and implications for online deviant behavior*. 121(1), 48–64.  
<https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0509>
- Chomałowska, B., & Żarczyńska-Dobiesz, A. (2014). *Elimination of Waste in Production Enterprises-Case Studies*. 4(2), 157–166.
- Cilliers, Elizelle Juane. (2021). Reflecting on Social Learning Tools to Enhance the Teaching-Learning Experience of Generation Z Learners. *Frontiers in Education*, 5(January), 1–10.  
<https://doi.org/10.3389/educ.2020.606533>
- Cilliers, Elizelle Juaneé. (2017). the Challenge of Teaching Generation Z. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188–198. <https://doi.org/10.20319/pijss.2017.31.188198>
- Desai, S. P., & Lele, V. (2017). *Correlating Internet , Social Networks and Workplace – a Case of Generation Z Students*. 8, 802–815.
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 74, 44–50.

---

<https://doi.org/10.15219/em74.1351>

- Fie, C. A., Ting, J. K. H., Subramanian, R., Zaman, W. K., Sanggari, Krishnan, & Lokithasan, and K. (2020). Hubungan Antara Agresi, Harga-diri dan Perbuatan Buli Siber dalam Kalangan Pelajar Sarjana Muda di Malaysia. *Sains Insani EISSN: [0127-7871]*.
- Hardey, M. (2011). Generation C: Content, createon, connections and choice. *International Journal of Market Research*, 53(6), 4. <https://doi.org/10.2501/ijmr-53-6-749-770>
- Journal, S., & Rosengren, K. E. (1974). *International News : Methods , Data and Theory Author ( s ) : Karl Erik Rosengren REFERENCES Linked references are available on JSTOR for this article : You may need to log in to JSTOR to access the linked references . International News : Methods , Data a. 11(2), 145–156.*
- Kernis, M. H. (2009). Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem. *Psychological Inquiry: An International Journal for the Advancement of Psychological Theory*, 14(1), 1–26.
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2015). The benign online disinhibition effect: Could situational factors induce self-disclosure and prosocial behaviors? *Cyberpsychology*, 9(2).  
<https://doi.org/10.5817/CP2015-2-3>
- Liebert, M. A., & Risk, I. (2004). *Self-Esteem, Interpersonal Risk, and Preference for E-Mail to Face-To-Face Communication*. 479–486.
- Poláková, P., & Klímová, B. (2019). Mobile technology and generation Z in the English language classroom – A preliminary study. *Education Sciences*, 9(3), 1–11. <https://doi.org/10.3390/educsci9030203>
- Robert, B., & Brown, E. B. (2004). *How ro Raise Your Self-Esteem* (Issue 1).
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: the Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, July.
- Snyder, C. R., & Lopez, S. J. (n.d.). *Handbook of Positive*.
- Suler, J., & Ph, D. (2004). *The Online Disinhibition Effect*. 7(3), 321–326.

- Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 65(December 2020). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565>
- Turner, A. (2015). *Generation Z: Technology and Social Interest*. 2.
- Wang, C. C., Yang, Y. Y. H., & Shen, I. (2014). Self-present by avatars in multiplayer online role-playing games: The influence of self-esteem, online disinhibition, and virtual self-discrepancy. *Proceedings - Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2014*.
- Wilcox, K., & Stephen, A. T. (2013). Are close friends the enemy? online social networks, self-esteem, and self-control. *Journal of Consumer Research*, 40(1), 90–103. <https://doi.org/10.1086/668794>
- Xu, J. M., Jun, K. S., Zhu, X., & Bellmore, A. (2012). Learning from bullying traces in social media. *NAACL HLT 2012 - 2012 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies, Proceedings of the Conference*, 656–666.
- Yapono, F. (2013). Konsep-Diri, Kecerdasan Emosi Dan Efikasi-Diri. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 2(3), 208–216. <https://doi.org/10.30996/persona.v2i3.136>

