

ABSTRAK

Yosevi Mega Zenita, 1114111301010, Hubungan *Self-Esteem* dengan Presentasi Diri pada Pengguna Instagram, *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2019.

xviii + 64 halaman, 10 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara self-esteem dengan presentasi diri pada pengguna Instagram. Presentasi diri didefinisikan sebagai sebuah upaya perilaku yang dikendalikan secara strategis dimana orang dengan sengaja mencoba memproyeksikan citra diri atau identitas yang diinginkan kepada orang lain (Tyler, 2012). Presentasi diri dalam penelitian ini merupakan presentasi diri yang terjadi pada ruang lingkup Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data menggunakan skala Self-Esteem milik Rosenberg (1965) yang sudah ditranslasi oleh Azwar (2018) serta skala Presentasi Diri yang disusun oleh Yang dan Brown (2016). Penelitian ini melibatkan 165 pengguna aktif Instagram yang ada di kota Surabaya dan berusia 18-29 tahun. Analisis data dilakukan dengan teknik statistik korelasi Spearman's Rho dengan bantuan program SPSS 20.0 for Windows.

Dari hasil analisis data penelitian diperoleh nilai signifikansi antara self-esteem dengan presentasi diri pada pengguna Instagram sebesar 0,003 dengan koefisien korelasi sebesar 0,233. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara self-esteem dengan presentasi diri pada pengguna Instagram. Semakin tinggi self-esteem maka semakin tinggi presentasi diri pada pengguna Instagram.

Kata Kunci: *Self-esteem, harga diri, presentasi diri, Instagram*
Daftar Pustaka, 53 (1965-2018)

ABSTRACT

Yosevi Mega Zenita, 1114111301010, Relationship between Self-Esteem and Self-Presentation on Instagram Users, Undergraduate Thesis, Faculty of Psychology, Universitas Airlangga Surabaya, 2018.

xviii + 64 pages, 10 appendices

This research aim to investigate the relationship between self-esteem and self-presentation on Instagram Users. Self-presentation is defined as an strategically controlled behaviors where people deliberately attempt to project a desired identity image to others (Tyler, 2012). Self-presentation in this study is self-presentation that take place in Instagram.

The quantitative approach is used by applying survey method. The data collected by sharing the questionnaire with Self-Esteem Scale by Rosenberg(1965) that had been translated by Azwar (2018) also Self-Presentation Scale compiled by Yang and Brown (2016). The participant involves 165 account of active Instagram users in Surabaya aged 18-29 years. The data are analyzed using Spearman's Rho statistical correlation technique with help of the SPSS 20.0 for Windows.

From the result of the research data analysis, the significance between self-esteem and self-presentation on Instagram users was 0,003 with correlation coefficient was 0,233. This shows that there is a positive and significant relationship between self-esteem and self-presentation on Instagram users. The correlation is that higher self-esteem, the higher self-presentation.

Keywords: *Self-esteem, Self-presentation, Instagram*

References, 53 (1965-2018)