

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era modern saat ini, cara berinteraksi masyarakat kebanyakan dengan cara yang modern atau serba praktis, teknologi memberikan banyak kemudahan dan sebagai cara baru untuk individu dalam beraktivitas. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat mempengaruhi gaya kehidupan seseorang dengan semakin mencolok, dikarenakan perkembangan teknologi yang modern ini dapat mempengaruhi model berkomunikasi dalam melakukan kegiatan hidup sehari-hari (David, 2013). Masyarakat modern saat ini hampir tidak mungkin tidak terkena paparan media teknologi, dengan berbagai macam tujuan salah satunya adalah interaksi sosial. Kemajuan teknologi yang sangat berkembang pesat, berbagai macam adanya teknologi komunikasi menjadikan kehadirannya saat ini telah banyak mempengaruhi orang dalam kehidupan sehari-hari. Sebelum jaman modern, menurut (Watie, 2016) penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media, namun seiring perkembangan jaman pengguna media saat ini yang sebagai penikmat media tidak lagi hanya bisa menikmati konten dari media yang terpapar padanya, namun sudah bisa ikut serta mengisi konten di media tersebut.

Media sosial adalah bentuk dari perkembangan internet atau perkembangan teknologi. Salah satu teknologi media yang berkembang pesat di era saat ini adalah internet dan media sosial. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Polling Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini sebanyak 171,17 juta dan pengguna internet Indonesia paling banyak berusia 15-19 tahun, diikuti dengan usia 20-24 tahun, usia 25-29 tahun, dan 30-34, dan seterusnya hingga paling sedikit adalah pengguna dengan usia 5-9 tahun dan 65 tahun ke atas (Wardani, 2019). Media sosial merupakan media yang efektif dan efisien yang memiliki peran penting bagi kehidupan di jaman modern saat ini. Menurut Carr dan Hayes (Rahadi, 2017) media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna

berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari konten yang dibuat pengguna (user-generated content) dan persepsi interaksi dengan orang lain. Alasan yang menjadikan media sosial berkembang pesat saat ini karena media sosial dapat membuat penggunanya lebih mudah untuk berinteraksi kepada orang lain tanpa bertemu dan menjadikan media sebagai alat untuk mempresentasikan diri dari pengguna.

Bagi masyarakat khususnya pada remaja, media sosial menjadi suatu konsumsi sehari-hari dan membuat penggunanya tiada hari tanpa membuka media sosial mereka. Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting tentang kegiatan pribadi atau curhatannya serta foto-foto bersama teman dalam media sosial dan seringkali remaja beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial maka mereka akan semakin dianggap keren dan gaul, sedangkan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno atau ketinggalan jaman dan kurang bergaul (Putri et al., 2016).

Remaja adalah usia ketika individu berintegrasi atau membaaur dengan masyarakat dewasa, usia ketika anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua tetapi berada pada tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak dan transformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja memungkinkan seseorang untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa (Piaget (Hurlock, 1991). Menurut Sarwono (Kaparang, 2013) masa remaja adalah masa transisi dari awal masa kanak-kanak hingga awal dewasa, pada usia 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 hingga 22 tahun.. Menurut (Gunarsa (2008), n.d.) remaja merupakan masa peralihan dari masa anak dan masa dewasa yaitu antara 12 sampai 21 tahun, dan pada masa ini masa di mana remaja mencari identitas diri yang sebenarnya. Masa remaja adalah masa pada fase perkembangan yang pertumbuhannya sangat pesat. Pada masa ini individu sudah semakin kuat dan menarik, sudah mulai mampu berpikir abstrak serta memecahkan masalah dan pada masa ini merupakan tahap transisi dari masa kanak-kanak ke masa dewasa (Juliana, 2014). Pada masa transisi ini bisa berupa perubahan fisik, emosional atau sosial. Remaja berada pada usia di mana mereka masih ingin menemukan tempat mereka di dalam masyarakat, yang membedakan dari bagian media sosial adalah bahwa

keinginan remaja untuk tersambung secara sosial pada bagian dari kegiatan sosialnya (Gustina, 2015). Pada masa transisi ini bisa berupa perubahan fisik, emosional atau sosial. Remaja berada pada usia di mana mereka masih ingin menemukan tempat mereka di dalam masyarakat, yang membedakan dari bagian media sosial adalah bahwa keinginan remaja untuk tersambung secara sosial pada bagian dari kegiatan sosialnya (Gustina, 2015)

Pada era modern saat ini remaja menjadi salah satu pengguna media sosial terbanyak, hal ini seperti yang diberitakan oleh (Haryanto, 2019) bahwa dari segmen umur dari usia 15-19 tahun mempunyai posisi paling tinggi mencapai 91% dan usia milenial yang ada pada posisi teratas lainnya pada pengguna internet RI ini yaitu 20-24 tahun dengan 88,5%, data tersebut diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang di mana tiap tahunnya merilis angka terkini jumlah pengguna internet di Tanah Air. Hal ini menunjukkan bahwa usia remaja merupakan pengguna internet terbanyak di Tanah Air.

Penggunaan internet menjadi hal yang utama bagi sejumlah masyarakat. Khususnya di Bekasi fasilitas internet yang sangat mendukung di wilayah ini membuat penggunanya aktif menggunakan media sosial. Berdasarkan data statistik jumlah pengguna media sosial di Indonesia sekitar 150 juta orang dan 16,4 juta diantaranya berada di Jawa Barat (Prov, 2019). Sesuai dengan yang diberitakan, menyatakan bahwa terdapat 6,3 juta gadget beredar dan fasilitas internet di Bekasi yang sangat mendukung. Berkaitan dengan usia milenial atau pada remaja yang merupakan masa transisi yang dapat diarahkan ke masa dewasa. Remaja dapat melakukan sosialisasi yang baik maka harus menjalankan tugas-tugas perkembangan pada usianya yang baik (Saputro, 2018). Internet dapat menjadi fasilitas bagaimana remaja menjalankan tugas perkembangannya dengan baik, mengembangkan kemampuan komunikasi interpersonal, bergaul dengan teman sebaya individual maupun kelompok, dengan jenis kelamin sejenis maupun lawan jenis, melalui media sosial ataupun bertemu secara langsung, sehingga hal tersebut dapat membuat remaja menemukan dan menerima identitas diri yang sesungguhnya.

Media sosial salah satu bagian dari media digital, berupa aplikasi media sosial yang banyak digunakan adalah instagram, youtube, snapchat, facebook, twitter, facebook messenger, pinterest, tiktok, discord, dan tumblr (Cahaya, 2019). Aplikasi yang hadir saat ini di era modern membuat orang lain tidak ingin ketinggalan jaman, kecanggihan teknologi saat ini sebagai kepentingan bagi pengguna untuk sehari-harinya, salah satunya adalah aplikasi tiktok yang sedang booming saat ini. Tiktok adalah aplikasi yang memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada pengguna lainnya (Eka Putri, 2009).

Aplikasi tiktok menjadi salah satu aplikasi yang banyak digemari masyarakat, hal ini sesuai dengan yang diberitakan dari (Indonesia, 2019) bahwa tiktok saat ini diunduh sampai 1,5 miliar pengguna hingga mengalahkan instagram. Instagram yang menjadi favorit saat ini dengan memanjakan penggunanya dengan fitur baru dan filter lucu sehingga membuat menarik, tetapi saat ini tiktok juga menjadi sangat terlihat di era modern ini. Banyak pengguna tertarik menggunakan tiktok karena alasannya tidak ingin ketinggalan jaman. Pengguna aplikasi tiktok saat ini kebanyakan remaja walau banyak juga orang dewasa yang menggunakan.

Aplikasi TikTok saat ini menjadi aplikasi yang sedang digemari oleh banyak orang dikalangan usia, sesuai dengan yang di beritakan oleh Pertiwi (2020) yang menunjukkan urutan beberapa aplikasi yang banyak di unduh pada tahun 2020,



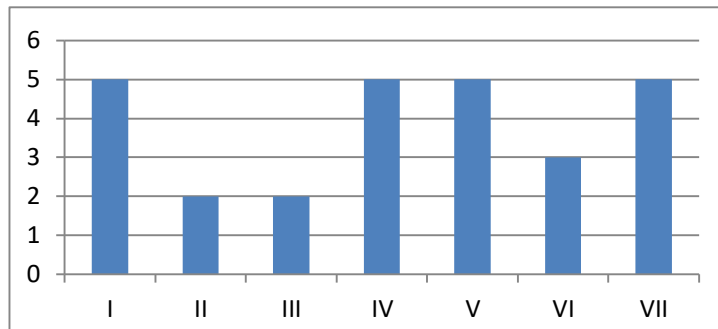
Gambar 1.1 Aplikasi Paling Banyak diunduh 2020

Pertama adalah aplikasi TikTok dengan unduhan 63,3 juta, kedua ada aplikasi zoom dengan unduhan 52,5 juta, facebook di urutan ketiga, urutan keempat aplikasi instagram, dan urutan kelima adalah aplikasi whatsapp.

Berdasarkan angket yang dibuat oleh peneliti pada tanggal 10 Februari 2020 yang menunjukkan bahwa dari 26 subjek, 19% pengguna menggunakan aplikasi TikTok dengan alasan untuk bersenang-senang, selain untuk membuat penggunaanya bersenang-senang aplikasi ini bisa membuat penggunaanya menjadi sukses, seperti halnya yang diberitakan oleh Febriani (2020) seorang remaja membuat konten di sela-sela aktivitasnya dan ia merasa bisa mengekspresikan dirinya melalui aplikasi TikTok, menurutnya TikTok penghibur di kala bosan, hal tersebut juga membuatnya belajar di depan kamera menjadi tidak malu-malu, remaja tersebut juga menerima gaji dari aplikasi TikTok. Hal ini juga sesuai dengan yang diberitakan (Tribun-Medan, n.d.) bahwa menurut komunitas TikTok Medan ini mengungkapkan dengan bermain TikTok seseorang bisa lebih percaya diri bisa mengasah kreativitasnya dan membuat mereka berkreasi, TikTok pun memberikan special effects unik dan menarik yang mendorong kreativitas penggunaanya menjadi content creator atau pencipta konten.

Lebih lanjut peneliti juga melakukan survey pada tanggal 10 Februari 2020 pada remaja pengguna tiktok di daerah Bekasi dengan jumlah subjek 26 yaitu 84,6% perempuan dan 15,4% laki-laki, hal ini menunjukkan bahwa peminat yang menggunakan aplikasi TikTok saat ini lebih banyak perempuan dari pada laki-laki. Didapatkan hasil bahwa ketertarikan pada aplikasi TikTok dengan kategori menarik sebanyak 84,6%, sangat menarik sebanyak 11,5%, dan tidak menarik 3,8%, hal ini menunjukkan banyak yang tertarik pada aplikasi TikTok. Adapun beberapa alasan seseorang menggunakan aplikasi TikTok yaitu seru, mengisi waktu luang atau menghilangkan jenuh, untuk hiburan, untuk melihat orang lain, diajak teman, menyukai dance atau merasa bebas berekspresi lewat dance, dan menghilangkan rasa penasaran atau lagi trend saat ini. Setelah bermain tiktok perasaan yang dirasakan pengguna yaitu 19% merasa biasa saja dan sebanyak 83,6% merasa senang atau terhibur.

Berdasarkan angket tersebut peneliti juga melakukan wawancara kepada lima remaja pengguna tiktok di daerah bekasi bahwa:



Gambar 1.2 Angket Wawancara

(I) lima remaja merasa seru saat bermain TikTok karena effect atau fitur dan musik-musiknya asik untuk menari, (II) dua remaja mulai bermain TikTok diajak teman karena asik membuat video untuk menari bersama, (III) dua remaja bermain TikTok merasa penasaran karena lagi viral di instagram atau di media sosial lainnya, (IV) dua remaja bermain TikTok sebagai penghilang stress atau untuk bersenang-senang, (V) dua remaja merasa TikTok bisa menjadi media penyalur ekspresi, walaupun untuk bebas berekspresi bisa lewat dari mana saja, (VI) tiga remaja menggunakan TikTok untuk melihat orang lain yang juga membuat video, dan (VII) lima remaja merasa senang dan terhibur setelah menggunakan TikTok karena dari hasil video yang dibuat, saat dilihat hasilnya merasa lucu dan menyenangkan. Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa TikTok dapat menjadi media penyalur ekspresi untuk orang yang merasa senang dengan menari, merasa senang dan terhibur saat melihat mereka dari hasilnya dan mempostingnya ke media sosial.

Berdasarkan observasi yang peneliti amati pada tanggal 15 Februari 2020 di media sosial instagram atau whatsapp, pada remaja pengguna aplikasi tiktok di daerah Bekasi bahwa banyaknya remaja yang menggunakan TikTok dan memposting video yang mereka buat sebagai bentuk kegiatan mengisi waktu luang, menghibur diri, mengikuti jaman, atau diajak oleh teman. Banyak remaja mengupload di media sosial mereka contohnya di whatsapp, instagram, facebook atau media sosial lainnya. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi TikTok saat ini menjadi media penghilang stress dengan dance, setelah membuat video

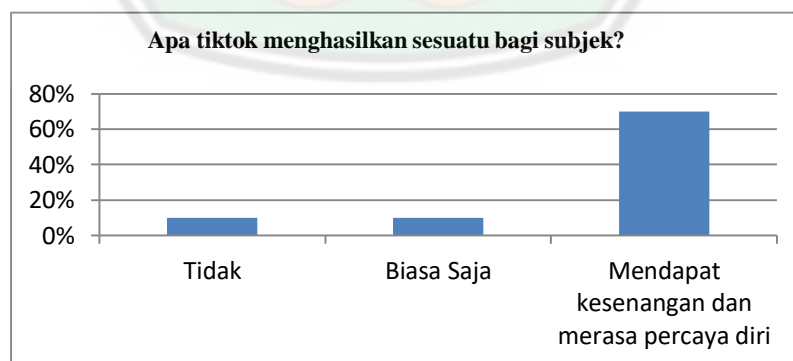
mereka merasa terhibur saat melihat diri mereka, dan merasa hadir mengikuti trend jika mereka mengupload video dari aplikasi tiktok tersebut ke media sosial lainnya. Hal tersebut juga sesuai dengan (Deriyanto et al., 2018) bahwa TikTok merupakan aplikasi yang bermanfaat dalam hal hiburan, mengekspresikan diri dengan cara penggunaannya membuat status melalui video, menjalin pertemanan serta memberikan informasi sesuai trend serta memberikan keuntungan lain pada penggunanya.

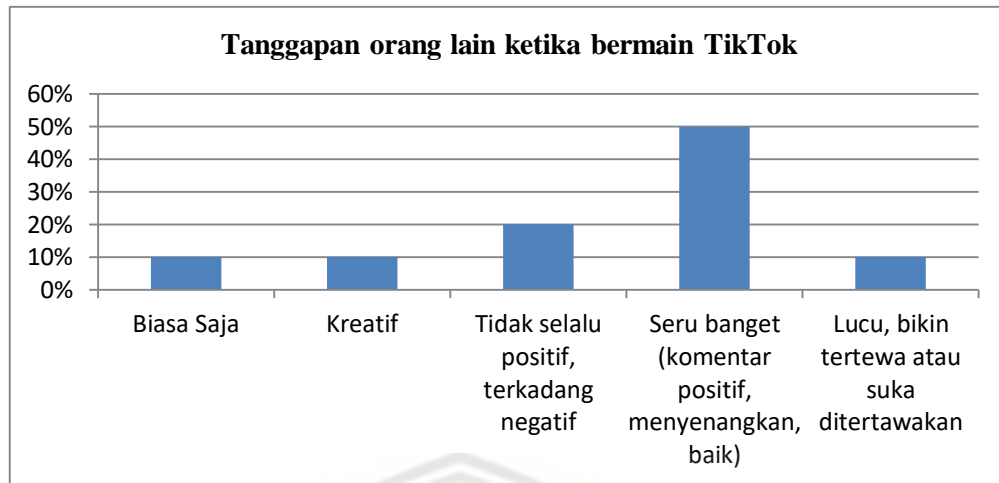
Aplikasi TikTok yang dapat membuat remaja senang atau merasa terhibur tetapi aplikasi TikTok juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi pengguna anak dan remaja, hal ini sesuai dengan yang diberitakan oleh Putri (2018) bahwa aplikasi TikTok diblokir pada tahun 2018 karena ditemukan konten negatif di aplikasi tersebut sehingga penggunaan TikTok berdampak bagi penggunanya dan hal yang menjadi bahaya terbesar yang dihadapi anak adalah grup chat dan komunitas TikTok yang isinya orang asing dengan mulai dari usia remaja awal hingga remaja akhir. Hal tersebut juga sesuai dengan yang diberitakan oleh Pertiwi (2020) bahwa dibalik fenomena ramainya pengguna tiktok di Indonesia ada pelanggaran konten yang ditemukan antara lain pornografi, asusilasi, pelecehan agama, dan lain-lain, lalu pemblokiran TikTok dimulai terhitung pada 3 Juli 2018 hingga 10 Juli 2018 pemblokiran aplikasi tersebut hanya terhitung satu minggu.

Didukung dari fenomena di atas, adanya pemblokiran aplikasi TikTok dengan alasan untuk melindungi anak-anak di bawah umur. Hal itu didasari hasil pemantauan Tim AIS Kominfo (Automatic Identification System, Komunikasi dan Informasi), Pelaporan dari Perempuan dan Anak (Kemen PPA atau Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak), Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), serta masyarakat luas dengan adanya pelanggaran konten yang ditemukan yang tidak seharusnya dilihat oleh anak di bawah umur (Bohang, 2018). Berdasarkan hal tersebut aplikasi TikTok menjadi dua persepsi yaitu persepsi positif dan negatif, persepsi positif di sini yaitu TikTok memberikan manfaat dalam hal hiburan, pertemanan, informasi serta popularitas bagi pengguna, sedangkan persepsi negatif TikTok tidak memberikan manfaat bagi penggunanya seperti masih ada konten-konten negatif pada aplikasi TikTok (Deriyanto et al., 2018)

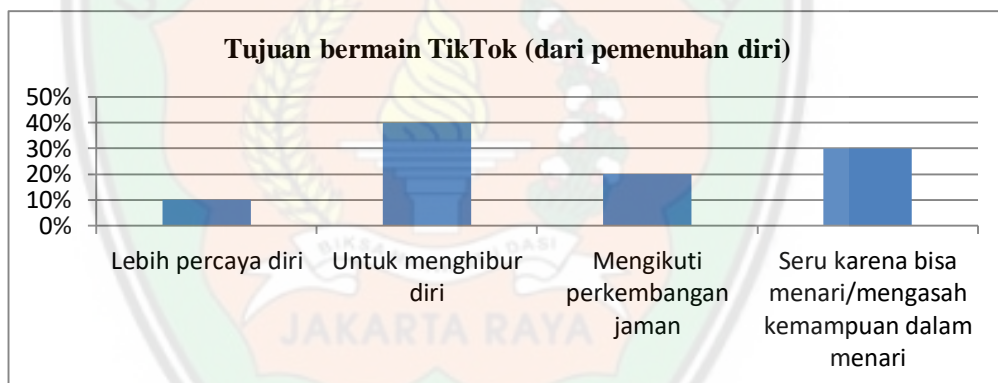
Media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain Carr dan Hayes dalam (Rahadi, 2017) Dengan ini media sosial menjadi salah satu penggunaanya untuk mempresentasikan diri mereka dari mengekspresikan diri untuk menciptakan kesan yang menyenangkan atau penilaian diri yang ditunjukkan kepada orang lain.

Presentasi diri adalah tindakan menyampaikan gambar atau presentasi diri sendiri termasuk menyampaikan informasi tentang bagaimana individu memandang hubungan dengan seseorang dan dapat mempengaruhi bagaimana orang lain ikut merasakan tentang diri mereka (Overup (Salim et al., 2017). Hal tersebut sesuai dengan (Baumeister & Hutton, 1987) bahwa presentasi diri adalah perilaku yang berusaha menyampaikan beberapa informasi tentang diri sendiri atau gambaran diri sendiri untuk ditunjukkan kepada orang lain. Menurut Baumeister (Kusumasari & Hidayati, 2014) terdapat dua motif presentasi diri yaitu pleasing the audience atau memuaskan audience (berharap menerima kebaikan atau penghargaan dari sosialnya dengan karakteristiknya yang dapat membuat orang lain mengapresiasikannya), dan self construction (sebagai maksud dari pemenuhan). Dari kedua motif tersebut, peneliti membuat survey untuk menunjukkan presentasi diri dari sepuluh remaja pada tanggal 24 Maret 2020:





Gambar 1.3 (*Pleasing the Audience*)



Gambar 1.4 (*Self Construction*)

Berdasarkan diagram *pleasing the audience* diatas, pada sepuluh remaja tersebut merasa bahwa aplikasi TikTok cukup membuat mereka merasa senang jika mendapatkan komentar positif saat mereka bermain TikTok dan mereka lebih melihat komentar positif dan membiarkan komentar negatif. Selain mereka merasakan ada kesenang pada diri sendiri, memuaskan *audience* dengan cara memberikan bagaimana menunjukkan video-video yang baik untuk dilihat dengan orang lain dan berharap menerima kebaikan atau penghargaan dari sosialnya dengan karakteristiknya yang dapat membuat orang lain mengapresiasikannya.

Komentar positif dari orang lain membuat mereka merasa bahwa itu adalah apresiasi untuknya dan membuat bahwa bermain TikTok menjadi asik. Sedangkan pada diagram *self construction* yang merupakan target utama pada presentasi diri ini sebagai maksud dari pemenuhan diri sendiri, dari sepuluh remaja tersebut empat orang diantaranya bahwa pemenuhan dirinya dengan merasa bahwa aplikasi TikTok untuk menghibur dirinya dan tiga orang merasakan keseruan saat menari atau mengasah kemampuan dalam menarinya.

Adapun faktor-faktor yang menentukan presentasi diri menurut (Mažeikiene et al., 2010) yaitu kepercayaan diri, kesadaran diri, sikap keterusterangan lainnya, harga diri, efikasi diri, gaya penjelasan alasan, dan kecemasan sosial. Salah satu faktor yang menentukan presentasi diri yaitu harga diri, di mana pada penelitian ini harga diri sangat berkaitan dengan gambaran individu terhadap hasil yang dicapai.

Harga diri adalah dimensi evaluasi secara umum mengenai diri, yang disebut juga sebagai nilai diri atau citra diri (Santrock (Sri Damayanti & Purnamasari, 2011) Membagikan video yang dibuat dari aplikasi TikTok di media sosial lainnya, seseorang akan menampilkan dirinya sebaik mungkin untuk mendapatkan tanggapan dari orang lain yang positif hal tersebut akan meningkatkan harga diri seseorang. Pada masa remaja, harga diri terus menurun, kemunduran perilaku remaja dengan citra tubuh dan masalah-masalah lain yang berkaitan dengan pubertas (Richard et al., 2005) Individu yang lebih banyak melihat negatif dari dalam dirinya adalah seseorang yang cenderung memiliki harga diri yang rendah, sedangkan seseorang dengan harga diri tinggi yang mempunyai perasaan stabil dan mampu menerima dirinya.

Berdasarkan fenomena mengenai harga diri, peneliti membuat survey pada tanggal 24 Maret 2020 mengenai harga diri remaja di Bekasi yang bermain TikTok dari 25 remaja, pada lima belas remaja (60%) tidak pernah membuat video di TikTok dan sepuluh remaja lainnya (40%) aktif membuat video, merasa percaya diri saat bermain TikTok ada tiga belas remaja (52%) dan dua belas remaja lainnya (48%) merasa tidak percaya diri saat bermain TikTok. Mengenai penerimaan diri, sebelas remaja (44%) merasa sudah dapat menerima diri apa adanya atau menyukai dirinya sedangkan empat belas remaja (56%) merasa cukup dapat menerima diri.

Saat bermain TikTok atau membuat video tiga belas remaja (52%) merasa malu dan takut di komentari oleh orang lain, sedangkan dua belas remaja (48%) merasa tidak malu dan tidak terpengaruh atas komentar orang lain. Bermain TikTok atau menggunakan media sosial pasti ada pertimbangan awal, mengenai apa dampak yang terjadi dan lainnya, dari survey ini dapat dilihat bahwa seseorang yang ingin bermain TikTok banyak yang ragu karena malu di lihat orang banyak atau takut di komentari oleh orang lain, terkadang mereka hanya membuat untuk dirinya atau tidak di kirim secara luas.

Berkaitan dengan survey di atas menunjukkan bahwa dua puluh lima remaja tersebut kebanyakan dari mereka kurang lebih memiliki harga diri rendah, karena sebagian dari mereka ada di dalam ciri-ciri harga diri rendah menurut Bernard (Sri Damayanti & Purnamasari, 2011) yaitu antara lain: (1) Inferior, malu-malu, kurang bisa menerima diri dan bersikap patuh sehingga kurang percaya diri untuk menghargai suatu penilaian dari orang lain, (2) menunjukkan tingkat kecemasan tinggi serta tidak tahan terhadap tekanan sosial, (3) cenderung tidak terlihat sebagai anggota dari kelompok.

Berdasarkan pemaparan dan data yang telah di uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Remaja Pengguna Aplikasi TikTok Di Bekasi”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada remaja pengguna aplikasi Tik tok di Bekasi?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada remaja pengguna aplikasi Tik tok di Bekasi.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru, wawasan, serta bermanfaat, memberikan sumbangan ilmiah bagi dunia psikologi, terutama di bidang sosial mengenai presentasi diri pada remaja.

1.4.2. Manfaat Praktis

a) Bagi Remaja

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bagi pengguna TikTok khususnya bagi remaja di Bekasi agar tidak terlalu fokus menggunakan aplikasi TikTok yang akan mempengaruhi individu, menyalurkan kreatifitas dan mampu mengatur waktu saat menggunakan aplikasi TikTok dengan baik serta diharapkan agar para pengguna tidak terpengaruh dorongan negatif di aplikasi TikTok dan selalu menyalurkan atau membuat video yang positif.

b) Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengukur kemampuan peneliti dalam menemukan fenomena atau permasalahan yang terjadi dimasyarakat serta dapat menambah wawasan langsung dan menguji kemampuan menganalisis mengenai hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada remaja pengguna Tik Tok di Bekasi.

c) Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain untuk dapat memperluas bahasan yang berbeda dengan mengembangkan variabel-variabel lain yang memungkinkan ada kaitannya dengan penelitian ini.

1.5. Keaslian Penelitian

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan:

- 1) Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiawati, 2018) yang berjudul “Hubungan antara Presentasi Diri dengan Harga Diri pada Remaja yang Menggunakan Media Sosial di SMP Negeri 25 Bekasi”, bahwa hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yaitu di dapat nilai Person Correlation sebesar 0,630 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ antara presentasi diri dengan harga diri dan hal ini berarti menunjukkan bahwa semakin tinggi presentasi diri maka semakin tinggi pula harga diri remaja yang menggunakan media sosial di SMP Negeri 25 Bekasi. Hal tersebut diperkuat oleh Santrock (2007) bahwa harga diri adalah dimensi evaluasi secara umum mengenai diri, yang disebut juga sebagai martabat diri atau citra diri. Harga diri menjadi sangat penting mengenai diri individu, bagaimana individu bersikap.
- 2) Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Susandi, 2014) yang berjudul “Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Pengguna Jejaring Sosial *Facebook*”, bahwa hasil analisis data menunjukkan tidak ada hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *facebook*. Ditunjukkan nilai (r) sebesar 0,029; (p) = 0,389 ($p > 0,05$) berdasarkan nilai yang diperoleh pada presentasi diri rerata empirik (RE) sebesar 55 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 59,27 yang berarti tingkat presentasi diri subjek tergolong rendah. Variabel harga diri mempunyai rerata empirik (RE) sebesar 119,59 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 102,5 yang berarti harga diri pada subjek tergolong tinggi.
- 3) Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Handayani, 2017) yang berjudul “Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Pengguna *Instagram*”, bahwa hasil perhitungan menggunakan teknik korelasi *Spearman's rho* di dapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,092; (p) = 0,089 ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *instagram*. Tingkat harga diri dengan presentasi diri pada pengguna *instagram* tergolong tinggi, sedangkan tingkat presentasi diri dengan harga diri pada pengguna *instagram*

tergolong sedang. Implikasi dari penelitian ini bagi pengguna *instagram*, walaupun hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna *instagram*, namun harga Universitas Muhammadiyah Malang tergolong rendah.

- 4) Berdasarkan penelitian dilakukan oleh (Siandita, 2017) yang berjudul “Hubungan antara Presentasi Diri Seksual *Online* dan *Contingent Self-Esteem* pada Remaja”, Responden pada penelitian ini adalah remaja dengan rentang usia 14 hingga 25 tahun berjumlah 181 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah dan positif yang signifikan antara presentasi diri seksual *online* dan *contingent self-esteem*. Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang lemah dan positif antara presentasi diri seksual *online* dan *contingent self-esteem* ($r=0,218$, $p=0,003$). Semakin tinggi tingkat *contingent self-esteem* maka akan semakin tinggi pula tingkat presentasi diri seksual *online*, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat *contingent self-esteem*, semakin rendah pula tingkat presentasi diri seksual *online*.