

Hubungan Perilaku Perbandingan Sosial dengan Presentasi Diri Siswa Pada Media Sosial Instagram di SMA Negeri 3 Kota Serang

Empat Siti Fatimah¹, Subhan Widiansyah², Septi Kuntari³

^{1,2,3} Pendidikan Sosiologi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

e-mail: empatsitifatimah7@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku perbandingan sosial pada aspek penampilan dengan presentasi diri siswa pada media sosial Instagram di SMA Negeri 3 Kota Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif jenis korelasional. Populasi penelitian ini berjumlah 550 siswa kelas XII-1 s.d XII-13. Penarikan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* diperoleh 85 sampel penelitian. Instrumen yang digunakan, yaitu kuesioner skala perilaku perbandingan sosial terdiri dari 16 item dan skala presentasi diri terdiri dari 19 item. Data dianalisis menggunakan uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji homogenitas dan uji linieritas. Setelah itu, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji korelasi sederhana *pearson product moment*. Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan uji hipotesis korelasi *pearson product moment* menunjukkan nilai Sig. $0.000 < 0.05$, artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Adapun nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar -0.601 dan R Square yang diperoleh yaitu sebesar 0.362. Dapat disimpulkan bahwa perilaku perbandingan sosial pada aspek penampilan berhubungan negatif secara signifikan dengan presentasi diri siswa pada media sosial Instagram di SMA Negeri 3 Kota Serang. Selain itu, perilaku perbandingan sosial dan presentasi diri berkontribusi sebesar 36.2% sedangkan sisanya sebesar 63.8% ditentukan oleh faktor lain diluar kedua variabel penelitian ini.

Kata kunci: *Perilaku Perbandingan Sosial, Presentasi Diri, Self-Esteem, Looking Glass Self, Remaja*

Abstract

This research aims to determine the relationship between social comparison behavior in aspects of appearance and students' self-presentation on Instagram social media at SMA Negeri 3 Kota Serang. This research uses a correlational quantitative approach. The population of this research was 550 students in grades XII-1 to XII-13. Sampling using simple random sampling techniques obtained 85 research samples. The instruments used were a social comparison behavior scale questionnaire consisting of 16 items and a self-presentation scale consisting of 19 items. Data were analyzed using classic assumption tests including normality tests, homogeneity tests and linearity tests. After that, hypothesis testing was carried out using a simple Pearson product moment correlation test. The research results obtained based on the Pearson product moment correlation hypothesis test show a Sig. $0.000 < 0.05$, meaning H_1 is accepted and H_0 is rejected. The correlation coefficient value obtained was -0.601 and the R Square obtained was 0.362. It can be concluded that social comparison behavior in the appearance aspect is significantly negatively related to students' self-presentation on Instagram social media at SMA Negeri 3 Kota Serang. Apart from that, social comparison behavior and self-presentation contributed 36.2% while the remaining 63.8% was determined by other factors outside of these two research variables.

Keywords: *Social Comparison Behavior, Self-Presentation, Self-Esteem, Looking Glass Self, Adolescents*

PENDAHULUAN

Internet mengalami pertumbuhan dengan populernya penggunaan media sosial yang menyebabkan masyarakat semakin cakap dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Media sosial

medium untuk merepresentasikan diri dengan berinteraksi, berkolaborasi, berkomunikasi, berbagi, dan membangun ikatan sosial secara virtual melalui eksplorasi ide, informasi, opini maupun tanggapan dengan pengguna lain (Nasrullah, 2020:11).

Media sosial memiliki pengaruh terhadap pengguna berupa opini publik, sikap maupun perilaku (Ardianto, 2011; dalam Rarasingtyas, 2017:6). Orang bermedia sosial dilandasi beragam alasan diantaranya berinteraksi dengan teman lama maupun kenalan baru, bersosialisasi, beropini, *sharing* dan mengisi waktu luang saat bosan, hiburan, relaksasi, bahkan melarikan diri dari kehidupan nyata (Whiting dan Williams, 2013:366). Oleh karena itu, media sosial bagian dari gaya hidup masyarakat. Seseorang lebih tertarik berinteraksi dan berkomunikasi dengan media sosial dibandingkan dengan lingkungan sekitarnya. Seringkali individu terlihat sibuk dengan media sosialnya seperti meng-*upload* foto, *video*, *chating*, *update status*, membuat *vlog* bahkan media sosial menjadi wahana untuk mempresentasikan diri.

Salah satu media sosial populer yang mampu menarik perhatian remaja dengan sesuatu yang kekinian dan *trendy* yaitu Instagram. Instagram berfokus pada konten visual dengan berbagi foto dan video yang diunggah dengan elemen artistik atau *aesthetic* (Golbeck, 2015; dalam Fakhri et al. 2023:1618). Melansir dari situs *wearesocial.com* per Januari 2024, Instagram menempati urutan kedua kategori media sosial favorit dan paling banyak digunakan dengan persentase sebesar 85.3% serta pengguna aktif di Indonesia sebanyak 101 juta jiwa. Adapun usia antara 13 – 17 tahun memiliki persentase sebesar 8.4% dan waktu yang dihabiskan dalam bermedia sosial yakni 3 jam 18 menit per hari (Kemp, 2024). Data observasi awal oleh peneliti pada siswa/i kelas XII menyatakan bahwa Instagram menempati posisi pertama setelah WhatsApp dan Tiktok sebagai media sosial yang paling banyak diakses. Berikut perolehan total pengguna media sosial di kelas XII SMAN 3 Kota Serang yaitu *line* (8), *twitter* (10), *youtube* (15), *instagram* (40), *facebook* (7), *tiktok* (20), *telegram* (6) dan *whatsapp* (35).

Ruang virtual menampilkan *setting* kehidupan yang berbeda dengan ruang riil ditandai dengan perubahan cara berpikir, sikap dan perilaku individu ketika berinteraksi dengan orang lain melalui internet. Ruang virtual membentuk serangkaian pemikiran yang telah terstruktur pada aspek tertentu yang menimbulkan pemikiran tersebut menjadi sarana ekspektasi terhadap perilaku orang lain (Simangunsong, 2017:30). Oleh karena itu, ruang virtual seperti instagram memberi peluang penggunaannya untuk melakukan perbandingan sosial dengan orang lain.

Perbandingan sosial merupakan suatu sikap membandingkan diri dengan orang lain yang bertujuan untuk mengevaluasi diri atau sebagai bentuk peningkatan tertentu pada aspek dalam diri seseorang (Suls dan Martin 2000 dalam Amelia, 2022:14). Lingkungan salah satu faktor individu melakukan perilaku perbandingan sosial salah satunya di SMAN 3 Kota Serang. Siswa/i melakukan perbandingan sosial disekolah pada aspek pencapaian prestasi, nilai, keterampilan akademik maupun non-akademik, kepopuleran bahkan penampilan fisik. Oleh karena itu, peluang membandingkan diri dengan teman sebaya dilingkungan sekolah sulit untuk tidak dilakukan (Sari dan Mulawarman, 2021:225).

Perbandingan sosial juga dilakukan melalui Instagram oleh siswa. Instagram menyediakan informasi seperti pengalaman hidup, hubungan pertemanan, kegiatan bersama teman, mengekspresikan kepercayaan dan emosi yang mendorong individu melakukan perbandingan sosial (Vogel et. al, 2014:206). Instagram berfokus pada konten visual yang menampilkan gambaran ideal seseorang, membuat remaja menyadari bahwa terdapat perbedaan antara dirinya dengan orang lain, sehingga memicu remaja membandingkan diri terutama dalam aspek penampilan.

Perbandingan penampilan cenderung remaja lakukan pada teman sebaya, *selebgram/artis*, maupun *beauty influencer*. Perbandingan penampilan tersebut berkontribusi menurunkan *self-esteem* remaja. Penelitian oleh Putra (2018) mengatakan pengaruh perbandingan sosial terhadap harga diri pengguna Facebook dan Instagram menunjukkan hasil negatif, pengguna Instagram paling banyak diakses oleh remaja berusia 17 tahun. Selain itu, perbandingan penampilan remaja perempuan dengan teman sebaya secara signifikan berkorelasi dan berkontribusi terhadap kekhawatiran citra tubuh dan penilaian secara negatif terhadap penampilan fisik dilakukan remaja saat membandingkan diri dengan *celebritis* di Facebook (Fardouly & Vartanian, 2015). Penelitian eksperimen melaporkan bahwa remaja melakukan perbandingan penampilan lebih sering di

Instagram yang menyebabkan timbulnya suasana hati yang negatif dan kepuasan tubuh yang rendah dibandingkan pengguna Facebook (Engeln et al., 2020).

Perbandingan penampilan juga dikaitkan dengan objektifikasi diri dan internalisasi kecantikan yang berdampak negatif terhadap kekhawatiran dan keyakinan berpenampilan khususnya perempuan (Fardouly et al., 2018). Hal ini ditandai dengan upaya perempuan dalam menciptakan kesan ideal pada penampilan fisik melalui pemilihan dan pengeditan foto untuk mempertahankan atau melampaui standar ideal dan ini berlaku juga pada laki-laki (Fox & Vendemia, 2016).

Kecenderungan remaja untuk menampilkan diri secara ideal memicu adanya standar dalam berpenampilan yang membuat remaja tanpa sadar melakukan dan mengikuti standar tersebut. Demikian, evaluasi dan orientasi penampilan menjadi bagian dari perilaku pengawasan terhadap penampilan orang lain yang dijadikan sasaran perbandingan yang memicu penurunan terhadap *self-esteem* seperti kurangnya kepercayaan diri dan kepuasan diri pada remaja.

Berdasarkan fenomena diatas dan melalui hasil observasi awal yang telah diperoleh peneliti pada siswa/i kelas XII-10 dan XII-13 menunjukkan sebanyak 47% siswa merasa kurang percaya diri dan sebanyak 53% merasa khawatir terhadap penampilannya. Selain itu, sebanyak 61% siswa merasa kurang menarik pada penampilan fisiknya dan sebanyak 39% merasa perlu mengikuti standar ideal misalnya dengan melakukan perawatan. Sebagian besar siswa sering membandingkan aspek kecantikan/ketampanan, penampilan fisik, cara berpakaian dan perawatan apa yang mereka lakukan untuk menunjang penampilannya. Sebanyak 41% teman sebaya menjadi agen sosialisasi siswa dalam memperoleh informasi bagaimana mereka sadar bahwa penampilan sangat penting. Selain itu, sebanyak 59% mengatakan mengalami dampak dari paparan konten *selebrgram*, *artis*, *beauty influencer* dan lainnya yang memicu siswa membandingkan penampilan dirinya dengan orang lain yang mereka anggap ideal. Jawaban tersebut menunjukkan bahwa siswa memiliki *self-esteem* yang rendah yang diakibatkan oleh adanya rasa ketidakpuasan terhadap penampilan diri.

Perilaku perbandingan sosial yang berkontribusi menurunkan *self-esteem* memicu remaja dalam upaya mempresentasikan diri di Instagram. Beragam konten yang disampaikan oleh teman sebaya, *selebrgram/artis*, *beauty influencer* menjadi referensi individu mempresentasikan dirinya. Remaja yang memiliki konsep diri yang lebih rendah, kecemasan sosial yang tinggi, dan harga diri yang rendah dikaitkan dengan preferensi untuk menampilkan diri secara daring (*online presentation preference*), presentasi diri yang lebih ideal (*ideal self*), dan presentasi diri yang lebih beragam di platform daring (*multiple self*). Sedangkan remaja yang memiliki konsep diri yang lebih tinggi, kecemasan sosial yang tinggi dan harga diri yang tinggi cenderung menampilkan diri yang konsisten secara daring maupun luring (*consistent self*) (Fullwood et al., 2016, 2020).

Namun, individu cenderung berhati-hati ketika mempresentasikan dirinya di Instagram, hal ini disebabkan salah satunya untuk memperoleh, membentuk bahkan mempertahankan citra dirinya (Sa'diyah, 2020). Oleh karena itu, remaja dapat bereksperimen dalam mengekspresikan berbagai versi dirinya yang merupakan bagian dari pengembangan identitas dan mengelola cara bagaimana orang lain memandangnya (Fullwood et al., 2020:737).

Berdasarkan data awal yang diperoleh peneliti sebanyak 55% menampilkan *ideal-self* melalui pemilihan dan pengeditan foto/video sebelum diposting, sebanyak 26% penggunaan *filter*, dan sebanyak 18% penggunaan *make-up*, *fashion*, aksesoris yang sedang tren. Selanjutnya, sebanyak 47% menampilkan *multiple-self* melalui penampilan yang belum pernah ditunjukkan di kehidupan nyata maupun Instagram, sebanyak 33% menunjukkan kepribadian yang berbeda saat berinteraksi, dan sebanyak 20% sering menggunggah *story* berdasarkan aktivitas dan suasana hati seperti kecewa, senang, sedih dan lainnya.

Kemudian, sebanyak 58% siswa merasa nyaman saat menampilkan dirinya secara *online* dan sebanyak 42% dari mereka mengatakan lebih sering berinteraksi dan berkomunikasi secara *online* dibandingkan di kehidupan sehari-hari artinya mereka cenderung menampilkan diri secara *online presentation preference*. Sedangkan yang menampilkan *consistent-self* hanya sebanyak 39% sisanya berbeda dengan kehidupan sehari-hari sebanyak 61%.

Disimpulkan dari permasalahan yang terdapat pada data observasi awal diatas bahwa siswa cenderung menampilkan diri secara *ideal-self*, *multiple-self* dan *online presentation*

preference artinya siswa termotivasi untuk mempresentasikan dirinya sebaik mungkin untuk mendapatkan penilaian positif sebagai umpan balik terhadap dirinya. Sebagian besar siswa mengatakan bahwa diri yang ditampilkan di Instagram tidak sepenuhnya diri yang sebenarnya, melainkan diri yang telah dikonstruksi berdasarkan standar yang menurutnya ideal. Oleh sebab itu, siswa cenderung memperbaiki atau mempertahankan diri ideal yang telah terbentuk berdasarkan harapan yang diinginkan dan penilaian dari orang lain yang mereka dapatkan.

Dari temuan dan hasil observasi awal yang telah peneliti peroleh mengenai perilaku perbandingan sosial, harga diri dan presentasi diri siswa sebagai landasan untuk melakukan penelitian. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai "Hubungan Perilaku Perbandingan Sosial dengan Presentasi Diri Siswa pada Media Sosial Instagtam di SMA Negeri 3 Kota Serang".

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif jenis korelasional untuk mencari hubungan antara dua variabel yaitu perilaku perbandingan sosial dan presentasi diri. Populasi berjumlah 550 siswa kelas XII-1 s.d XII-13. Penarikan sampel menggunakan taraf signifikansi 10% melalui teknik *simple random sampling* diperoleh 85 sampel penelitian. Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner skala perbandingan sosial terdiri dari 16 item dan skala presentasi diri terdiri dari 19 item. Data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji homogenitas dan uji linieritas. Setelah itu, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji korelasi sederhana *pearson product moment*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, menguraikan 1) gambaran perilaku perbandingan sosial siswa kelas XII SMAN 3 Kota Serang. 2) gambaran presentasi diri siswa kelas XII SMAN 3 Kota Serang. 3) hubungan perilaku perbandingan sosial dengan presentasi diri siswa pada media sosial instagram di SMAN 3 Kota Serang.

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Deskripsi Skor Hipotetik dan Skor Empirik

VAR	N	Data Hipotetik				Data Empirik			
		Smin	Smax	Mean	SD	Smin	Smax	Mean	SD
PPS (X)	85	16	64	40	8	37	64	49.27	6
PD (Y)	85	19	76	47.5	9.5	35	56	47.86	4

Tabel 2. Kategorisasi Skor Skala Perilaku Perbandingan Sosial

Kategorisasi	Norma	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	$16 < X \leq 32$	-	-
Sedang	$32 \leq X < 48$	38	44.7%
Tinggi	$48 \leq X < 64$	47	55.3%

Tabel 3. Kategorisasi Skor Skala Presentasi Diri

Kategorisasi	Norma	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	$19 < X \leq 38$	2	2.4%
Sedang	$38 \leq X < 57$	83	97.6%
Tinggi	$57 \leq X < 76$	-	-

Analisis Inferensial Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* pada perilaku perbandingan sosial dan presentasi diri diperoleh nilai Sig. 0.200, nilai tersebut > 0.05 artinya kedua variabel berdistribusi normal.

Uji Homogenitas

Hasil uji homogenitas menggunakan uji Levene berdasarkan dari *Based on Mean* diperoleh nilai Sig. 0.118, nilai tersebut > 0.05 artinya data dinyatakan homogen.

Uji Linieritas

Hasil uji linieritas berdasarkan dari *Deviation from Linierity* diperoleh nilai Sig. 0.978, nilai tersebut > 0.05 artinya data dinyatakan linier.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Perilaku Perbandingan Sosial* Presentasi Diri	-0.601	0.000	H ₁ diterima

Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.362	.354	2.932

Pembahasan

Gambaran Perilaku Perbandingan Sosial Siswa Kelas XII SMAN 3 Kota Serang

Berdasarkan analisis data deskriptif mengenai perilaku perbandingan sosial pada aspek penampilan oleh siswa kelas XII SMAN 3 Kota Serang, menunjukkan bahwa nilai mean empirik lebih besar daripada nilai mean hipotetik yaitu (49 > 40) yang mengindikasikan bahwa data empirik melebihi perkiraan asumsi dari perhitungan data hipotetik. Selain itu, hasil tersebut berada pada kategori tinggi sebanyak 47 responden dengan persentase 55.3 persen. Untuk mengetahui perhitungan tiap dimensi pada variabel perilaku perbandingan sosial aspek penampilan akan dijelaskan sebagai berikut.

Pertama, dimensi *appearance evaluation* yang terdiri dari 4 item menunjukkan skor aktual sebesar 1001. Skor tersebut berada pada kategori tinggi pada range 850 -1105 yang meliputi indikator evaluasi evaluasi diri melalui perasaan puas atau tidak puas serta menarik atau tidak terhadap penampilan. Seperti sering melakukan perbandingan penampilan fisik dengan *selebgram/artis* dan *beauty influencer* (61%, 52 responden), siswa merasa kurang menarik dalam gaya berpakaian setelah melihat postingan *public figure* di Instagram (72%, 61 responden), siswa kurang percaya diri dengan penampilan fisiknya jika dibandingkan dengan teman sebaya yang dianggap ideal di Instagram (72%, 61 responden). Terakhir, siswa mengatakan disukai atau dipuji merupakan umpan balik yang dapat meingkatkan kepercayaan diri siswa dalam mempresentasikan dirinya di Instagram (89%, 76 responden).

Kedua, dimensi *appearance orientation* yang terdiri dari 6 item menunjukkan skor aktual sebesar 1579. Skor tersebut berada pada kategori tinggi pada range 1276 - 1659 yang meliputi indikator tingkat perhatian individu terhadap penampilan dirinya. Seperti editing foto (82%, 66 responden), penggunaan filter (83%, 71 responden), selalu memperhatikan dan memperbaiki penampilan (89%, 76 responden), mengikuti *selebriti*, *artis* dan *beauty influencer* untuk memperoleh informasi mengenai *skincare*, *fashion* dan *make-up* serta gaya hidupnya (88%, 75 responden)

Sedangkan pada indikator usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan penampilan diri yang terdiri dari 6 item memperoleh skor 1608. Skor tersebut berada pada kategori tinggi pada range 1276 – 1659. Siswa sering *sharing* tentang perawatan wajah dengan teman sebayanya (90%, 76 responden), siswa sering menanyakan bagaimana pendapat teman-teman, sahabat, maupun keluarga mengenai penampilannya (89%, 75 responden), mengikuti perkembangan tren *fashion* dan *make-up* sebagai referensi dalam berpenampilan (83%, 71 responden).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku perbandingan sosial siswa kelas XII di SMAN 3 Kota Serang cenderung tinggi, terutama dalam hal evaluasi dan orientasi terhadap penampilan diri mereka yang dipengaruhi oleh konten yang mereka lihat di media sosial, khususnya Instagram.

Gambaran Presentasi Diri Siswa Kelas XII SMAN 3 Kota Serang

Berdasarkan analisis data deskriptif mengenai presentasi diri oleh siswa kelas XII SMAN 3 Kota Serang, menunjukkan bahwa nilai mean empirik lebih besar daripada nilai mean hipotetik yaitu ($47.8 > 47.5$) yang mengindikasikan bahwa data empirik melebihi perkiraan asumsi dari perhitungan data hipotetik. Selain itu, hasil tersebut berada pada kategori sedang sebanyak 83 responden dengan persentase 97.6 persen. Untuk mengetahui perhitungan tiap dimensi pada variabel presentasi diri akan dijelaskan sebagai berikut.

Pertama, dimensi *ideal self* yang terdiri dari 6 item menunjukkan skor aktual sebesar 1405. Skor tersebut berada pada kategori tinggi pada range 1276 - 1659 yang meliputi indikator menampilkan sisi diri ideal dan menampilkan kualitas diri dengan harapan membuat orang lain terkesan. Seperti siswa perlu menjaga *image* pada setiap postingan yang diunggah (81%, 65 responden), menampilkan momen kebersamaan dan keakraban dengan teman sebayanya (77%, 65 responden), sering *hangout* bersama teman-teman (66%, 56 responden) dan mengapresiasi prestasi dengan mengunggahnya di Instagram (74%, 63 responden).

Kedua, dimensi *multiple self* yang terdiri dari 7 item menunjukkan skor aktual sebesar 1483. Skor tersebut berada pada kategori tinggi pada range 1487 - 1933 yang meliputi indikator menampilkan sisi yang sebenarnya dan menampilkan diri yang tidak sebenarnya. Siswa menyatakan ketidaksetujuan pada pernyataan saya menunjukkan diri saya yang sebenarnya di Instagram (66%, 56 responden) sedangkan siswa menyatakan persetujuan pada pernyataan saya merasa perlu menyembunyikan beberapa aspek diri saya di Instagram (79%, 67 responden) dan pernyataan siswa cenderung mengubah cara saya berperilaku atau berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari maupun di media sosial (70%, 59 responden).

Ketiga, dimensi *consistent self* yang terdiri dari 1 item menunjukkan skor aktual sebesar 223. Skor tersebut berada pada kategori tinggi pada range 213 - 277 yang meliputi indikator menampilkan diri secara konsisten di media sosial maupun kehidupan sehari-hari. Saya menunjukkan kepribadian saya tergantung bersama siapa saya berinteraksi di Instagram (58%, 49 responden). Temuan ini mengindikasikan bahwa remaja cenderung menampilkan diri secara berbeda antara kehidupan nyata dan media sosial.

Keempat, dimensi *online presentation preference* yang terdiri dari 5 item menunjukkan skor aktual sebesar 957. Skor tersebut berada pada kategori rendah pada range 744 – 1063 yang meliputi indikator kecenderungan menampilkan diri secara *online*. Siswa menyatakan ketidaksetujuan pada item berikut yaitu siswa lebih percaya diri saat menunjukkan penampilan secara langsung dibandingkan di Instagram (70%, 59 responden), penampilan saya di Instagram mencerminkan diri saya yang sebenarnya (52%, 44 responden) dan pernyataan saya dapat mengekspresikan diri dengan baik melalui interaksi tatap muka dibandingkan dengan postingan di Instagram (56%, 48 responden).

Dimensi *ideal self*, *multiple self* dan *multiple self* berada dikategori tinggi sedangkan dimensi dimensi *online presentation preference* berada dikategori rendah. Siswa/i kelas XII di SMAN 3 Kota Serang lebih banyak menampilkan diri pada dimensi *ideal self* dan *multiple self* karena siswa dapat mempresentasikan dirinya secara ideal sesuai dengan yang mereka inginkan di Instagram. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa presentasi diri siswa kelas XII di SMAN 3 Kota Serang mencerminkan dinamika antara keinginan untuk menjaga citra ideal dan kenyataan tentang bagaimana mereka menampilkan diri di media sosial.

Hubungan Perilaku Perbandingan Sosial dengan Presentasi Diri Siswa Pada Media Sosial Instagram di SMAN 3 Kota Serang.

Berdasarkan analisis statistik inferensial yaitu uji hipotesis menggunakan teknik analisis *korelasi pearson product moment*, dengan kriteria pengujian jika nilai $Sig < 0.05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak dan jika nilai $Sig > 0.05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Adapun hasil uji hipotesis

yang diperoleh yaitu nilai Sig $0.000 < 0.05$, berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya hipotesis mengenai hubungan perilaku perbandingan sosial (X) dengan presentasi diri siswa (Y) pada media sosial Instagram di SMAN 3 Kota Serang diterima. Kemudian, nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh sebesar -0.601 berada pada tingkat hubungan yang tinggi. Selain itu, nilai R Square yang diperoleh antara variabel perilaku perbandingan sosial dengan presentasi diri yaitu sebesar 36.2%.

Tingginya tingkat hubungan antara perilaku perbandingan sosial dengan presentasi diri siswa disebabkan oleh rendahnya *self-esteem*. Hasil analisis deskriptif untuk perilaku perbandingan sosial pada dimensi *appearance evaluation* dan *appearance orientation* yang memperoleh nilai skor aktual sebesar 1001, 1579 dan 1608 berada pada kategori tinggi.

Frekuensi yang dihabiskan siswa/i kelas XII saat mengakses Instagram selama 1 – 3 jam. Lamanya frekuensi yang dihabiskan oleh siswa/i dapat meningkatkan perilaku perbandingan sosial. Perilaku perbandingan sosial ini dapat muncul disebabkan oleh paparan konten yang diakses oleh siswa/i yang memicu untuk melakukan perbandingan sosial dengan orang lain seperti pada *selebgram/artis*, *beauty influencer* maupun teman sebaya yang dianggap ideal. Perbandingan sosial tersebut salah satunya melalui aspek penampilan yang saat ini menjadi sorotan utama dalam kehidupan di media sosial maupun kehidupan nyata.

Sebagian besar siswa/i di kelas XII seringkali membandingkan penampilan fisik mereka dengan *selebgram/artis*, *beauty influencer* maupun teman sebaya, tidak hanya penampilan fisik saja melainkan juga cara berpakaian yang membuat siswa/i ini merasa kurang menarik, kurang percaya diri sehingga menimbulkan ketidakpuasan terhadap penampilan dirinya. Ketidakpuasan diri siswa juga ditandai dengan menghabiskan waktu untuk memilah dan mengedit foto/video, penggunaan *filter* dan selalu memeriksa penampilan secara berkala sebelum memposting atau bepergian. Pada penelitian ini perempuan cenderung lebih sering melakukan perbandingan sosial dan mendapat dampak dari perilaku tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian Fox & Vendemia (2016) juga menyatakan perempuan cenderung berupaya dalam menciptakan penampilan fisik yang diinginkan pada media sosial sehingga perempuan cenderung untuk memilah dan memilih foto yang menarik melalui proses pengeditan. Hal tersebut memicu terjadinya perbandingan sosial dan kesan citra tubuh yang ideal yang memungkinkan mereka dapat memulihkan harga diri, perhatian maupun umpan balik dari teman sebaya, hal ini juga berlaku untuk laki-laki. Tak hanya itu perbandingan sosial dapat dilakukan untuk mempertahankan atau melampaui standar kecantikan yang ditetapkan orang lain yang telah dianggap sebagai stereotip oleh masyarakat. Selain itu, Engeln et al., (2020) juga mengatakan dalam penelitiannya bahwa mahasiswa yang lebih sering mengakses Instagram dengan melakukan aktivitas perbandingan sosial dapat menyebabkan suasana hati yang negatif dan kepuasan tubuh yang lebih rendah.

Sementara untuk hasil penelitian presentasi diri berdasarkan analisis deskriptif dilihat dari skor aktualnya *ideal self* sebesar 1405, *multiple self* sebesar 1483, *consistent self* sebesar 223 dan *online presentation preference* sebesar 957. Dimensi *ideal self* dan *multiple self* berada dikategori tinggi sedangkan *consistent self* dan *online presentation preference* berada dikategori sedang dan rendah. Siswa/i kelas XII lebih banyak menampilkan dirinya pada dimensi *ideal self* dan *multiple self*, hal ini dikarenakan siswa dapat mempresentasikan dirinya secara ideal sesuai dengan apa yang diinginkan.

Perbandingan sosial memberikan dampak kepada remaja dalam mempresentasikan dirinya. Kehidupan ideal orang lain menjadi sarana, referensi bahkan gambaran terhadap bagaimana individu akan menampilkan dirinya terutama dalam media sosial. Kecenderungan remaja untuk menampilkan diri secara ideal memicu adanya standar dalam berpenampilan yang membuat remaja tanpa sadar melakukan dan mengikuti standar tersebut. Demikian, evaluasi dan orientasi penampilan menjadi bagian dari perilaku pengawasan terhadap penampilan orang lain yang dijadikan sasaran perbandingan yang memicu penurunan terhadap *self-esteem* seperti kurangnya kepercayaan diri dan kepuasan diri pada remaja.

Analisis Teori Looking Glass Self

Teori *looking glass self* merupakan konsep sosiologi-psikologis yang tertuang dalam karya yang berjudul "*Human Nature and The Social Order*" tahun 1902. Cooley merupakan sosiolog Amerika, lahir di Ann Arbor, Michigan pada 17 Agustus 1864. Cooley salah satu tokoh yang juga penting dalam perkembangan interaksionisme simbolik.

Dalam teorinya, *Looking Glass Self*, Cooley berasumsi bahwa konsep diri individu secara signifikan ditentukan oleh apa yang orang lain pikirkan mengenai dirinya. Artinya individu memerlukan respons orang lain yang ditafsirkan secara subjektif sebagai informasi mengenai dirinya. Menurut Cooley, individu mengembangkan konsep diri mereka dengan mengamati bagaimana mereka dipersepsikan oleh orang lain (Muhid & Wahyudi, 2020:27–28). Pandangan kita terhadap diri sendiri sebenarnya tidak berasal dari siapa diri kita sebenarnya, melainkan dari bagaimana kita meyakini orang lain melihat kita. Kita menggunakan cermin sosial sebagai alat ukur untuk memandang diri kita sendiri. Reaksi positif dari orang lain menciptakan konsep diri yang positif, sedangkan reaksi negatif menciptakan konsep diri yang negatif (O'Brien, 2016). Asumsi dalam teori *looking-glass self* yang dikembangkan Charles Horton Cooley terjadi dalam tiga tahap, yaitu;

Pertama, individu membayangkan bagaimana mereka menampilkan diri dihadapan orang lain. Mead mengatakan bahwa individu dapat bersifat sebagai objek maupun subjek secara bersamaan (Muhid & Wahyudi, 2020:27). Individu sebagai objek maupun subjek secara bersamaan dapat dilihat dalam proses interaksi sosial. Individu dapat mengetahui aspek tentang diri dari penilaian orang lain terhadap dirinya yang didapatkan saat berinteraksi. Oleh karena itu, segala perilaku, sikap maupun penampilan individu dapat disesuaikan, hal ini juga berlaku di media sosial.

Ruang virtual menampilkan *setting* kehidupan yang berbeda dengan ruang riil. Ruang virtual membentuk serangkaian pemikiran yang telah terstruktur pada aspek tertentu yang menimbulkan pemikiran tersebut menjadi sarana ekspektasi terhadap perilaku orang lain (Simangunsong, 2017:30). Oleh karena itu, ruang virtual seperti instagram memberi peluang penggunaanya untuk melakukan perbandingan sosial dengan orang lain. Instagram berfokus pada konten visual yang menampilkan gambaran ideal seseorang, membuat remaja menyadari bahwa terdapat perbedaan antara dirinya dengan orang lain, sehingga memicu remaja membandingkan diri terutama dalam aspek penampilan. Gambar-gambar di Instagram dapat mempromosikan standar kecantikan ideal masyarakat, sehingga pengguna cenderung menilai diri mereka sendiri berdasarkan orang-orang di Instagram (Fardouly et al., 2018).

Media sosial cenderung menampilkan foto-foto *public figure* maupun teman sebaya yang telah dikurasi, diposisikan, difilter, dan diedit dengan cermat. Instagram memberikan banyak kesempatan bagi pengguna untuk berinteraksi dengan gambar-gambar tersebut. Remaja yang terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan penampilan, seperti melihat, menandai, atau mengomentari foto diri mereka sendiri atau orang lain di Facebook atau Instagram, memiliki peluang untuk melakukan perbandingan sosial secara terus-menerus. Hal tersebut dapat memengaruhi konsep diri dan kepercayaan diri remaja (Meier dan Gray 2014; dalam Scully et al., 2023:2).

Sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa perilaku perbandingan sosial berada di kategori tinggi pada aspek penampilan, ditandai dengan semakin banyaknya konten kreator seperti *selebrgram*, *artis* maupun *beauty influencer* yang memberi pengaruh melalui *review* tips-tips dan produk kecantikan, tutorial *make-up*, gaya berpenampilan (*fashion*) maupun kebutuhan serta gaya kehidupan pribadi konten kreator tersebut (Haerunnisa et al., 2019).

Siswa menyatakan bahwa mereka saat mengakses Instagram sering mencari produk kecantikan, *make-up*, *fashion*, aksesoris maupun produk perawatan yang digunakan oleh *public figure* di Instagram. Hal ini dilakukan untuk mengetahui umpan balik dari *public figure* tersebut yang kemudian dijadikan sebagai referensi perbandingan dengan dirinya sendiri.

Beragam informasi yang diperoleh memicu remaja melakukan perbandingan penampilan seperti perbandingan penampilan fisik maupun perbandingan gaya berpenampilan (*fashion*) dengan *selebrgram*, *artis*, *beauty influencer* maupun teman sebaya yang dianggap ideal. Remaja tanpa sadar mengikuti perkembangan tren maupun standar yang sedang berlangsung sehingga

remaja menyadari pentingnya menunjang penampilan. Dengan perilaku perbandingan penampilan tersebut remaja dapat mengetahui bahwa terdapat perbedaan maupun persamaan dengan subjek yang dijadikan target sasaran perbandingan. Proses tersebut yang mempengaruhi cara berpikir seseorang mengenai dirinya sendiri. Seperti saat seseorang melihat pantulan dirinya dalam sebuah cermin, efek dari interaksi dengan orang lain menjadi cermin dalam melihat diri sendiri (Zhao, 2005:387).

Kedua, individu membayangkan penilaian dan reaksi orang lain atas penampilannya. Konten media sosial seringkali menampilkan gambaran ideal tentang kecantikan dan penampilan yang dipengaruhi oleh norma sosial budaya. Standar penampilan yang dipromosikan oleh media ini dapat memengaruhi persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri. Individu mengobservasi persamaan, perbedaan maupun keduanya pada aspek tertentu dalam dirinya. Mereka juga dapat membandingkan perasaan, pendapat, atau situasi mereka saat ini dengan kondisi sebelumnya.

Sejalan dengan hasil penelitian ini, bahwa siswa/i kerap kali menanyakan pendapat kepada teman, sahabat maupun keluarga mereka mengenai penampilannya. Selain itu, siswa/i juga *sharing* mengenai berbagai hal yang dapat menunjang penampilan seperti *fashion*, *make-up*, perawatan wajah ataupun gaya hidup. Bahkan kerap kali siswa membandingkan dirinya dengan temannya sendiri.

Seperti yang dikatakan oleh Fardouly et al., (2018:85) dalam penelitiannya bahwa arah perbandingan penampilan remaja perempuan dengan teman sebaya dan *selebritas* secara signifikan berkorelasi dengan penggunaan Facebook dan kekhawatiran mengenai citra tubuh. Mereka paling sering membandingkan penampilannya dengan teman sebaya di Facebook karena paparan gambar oleh teman sebaya lebih banyak dibandingkan kelompok sasaran lainnya. Alasan ini dapat dipahami bahwa teman sebaya menjadi sasaran target perbandingan penampilan yang relevan bagi remaja karena standar yang ditetapkan masih dapat terjangkau serta umpan balik seperti komentar, saran, kritik dan lainnya sesuai dengan cara berpikir seorang pada usia remaja.

Respon positif seperti memuji atau menyukai dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam mempresentasikan diri dan sebaliknya respon negatif kerap kali dihindari karena menimbulkan makna yang berbeda antara pikiran orang lain dengan pikirannya sendiri sehingga individu melakukan penyesuaian mengenai penampilannya agar memperoleh reaksi yang diinginkan (Jackson, 1988:121; dalam Scheff, 2005:54–55).

Individu membayangkan apa yang dipikirkan orang lain mengenai dirinya. Seseorang mengetahui siapa dirinya dengan menafsirkan bagaimana orang lain menilai, merespon maupun menanggapi dirinya. Adapun respon tersebut dapat melalui perilaku verbal maupun nonverbal, yang mana orang lain menyampaikan kepada dirinya secara sengaja ataupun tidak mengenai penilaian mereka terhadap presentasi dirinya, yang akhirnya membentuk cara kita memandang diri sendiri (Zhao, 2005:387). Reaksi positif dari orang lain menciptakan konsep diri yang positif, sedangkan reaksi negatif menciptakan konsep diri yang negatif (O'Brien, 2016).

Ketiga, individu mengembangkan perasaan tentang penilaian tersebut dan menanggapinya terhadap apa yang dirasakan. Cooley mengatakan bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan diri menciptakan emosi yang lebih kuat (Muhid & Wahyudi, 2020:27). Individu selalu berada dalam kondisi emosional berdasarkan konstruksi evaluasi diri terhadap diri mereka sendiri hal ini disebabkan oleh pemantauan secara terus menerus yang dilakukan oleh individu kepada orang lain terhadap dirinya sendiri.

Cooley memfokuskan perasaan diri tersebut pada rasa bangga atau hormat dan rasa malu. Hal yang menggerakkan individu pada rasa bangga atau malu bukanlah sekedar refleksi dari dirinya sendiri, melainkan efek yang dibayangkan dari refleksi pada pikiran orang lain. Hal ini dibuktikan melalui karakter dan kemampuan orang lain yang dibayangkan oleh individu yang menentukan perasaan dalam dirinya. Individu selalu membayangkan penilaian yang orang lain pikirkan mengenai dirinya (Scheff, 2005:148–149).

Konten media sosial seringkali menampilkan gambaran ideal tentang kecantikan dan penampilan yang dipengaruhi oleh norma sosial budaya. Standar penampilan yang dipromosikan oleh media ini dapat memengaruhi persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri. Individu yang merasa tidak sesuai dengan standar penampilan yang ditampilkan di media sosial akan

mengalami ketidakpuasan terhadap dirinya. Hal ini dapat menyebabkan munculnya gangguan psikologis yang telah dikaitkan dengan penurunan harga diri (Puspasari, 2019:1).

Sejalan dengan hasil penelitian ini, siswa/i kelas XII memiliki *self-esteem* yang rendah. Hal ini dapat diketahui bahwa siswa merasa kurang percaya diri dan kurang menarik terhadap penampilannya setelah melakukan perbandingan penampilan fisik dengan *selebgram/artis* maupun *beauty influencer*. Perbandingan sosial dengan *public figure* merupakan perbandingan sosial ke atas yang mana tindakan seseorang mengevaluasi dirinya dengan orang yang dianggap *superior*, lebih menarik atau bahkan lebih unggul dari pada dirinya sendiri.

Selebgram, artis maupun *beauty influencer* memberi pengaruh melalui *review* tips-tips dan produk kecantikan, tutorial *make-up*, gaya berpenampilan (*fashion*) maupun kebutuhan serta gaya kehidupan pribadi konten kreator tersebut (Haerunnisa et al., 2019). Seseorang menjadikan kehidupan ideal yang dimiliki orang lain sebagai cerminan untuk melihat apakah kehidupan yang dimilikinya telah cukup bagus atau belum sehingga individu memperoleh penilaian secara objektif dari orang lain (Amelia, 2022:22).

Munculnya perasaan kurang percaya diri dan kurang menarik pada siswa/i merupakan kekhawatiran terhadap penampilan dirinya. Sejalan dengan penelitian dari Engeln et al., (2020) melaporkan bahwa remaja melakukan perbandingan penampilan lebih sering di Instagram yang menyebabkan timbulnya suasana hati yang negatif dan kepuasan tubuh yang rendah dibandingkan pengguna Facebook.

Perbandingan penampilan juga dikaitkan dengan objektifikasi diri dan internalisasi kecantikan yang berdampak negatif terhadap kekhawatiran dan keyakinan berpenampilan khususnya perempuan (Fardouly et al., 2018). Hal ini ditandai dengan upaya perempuan dalam menciptakan kesan ideal pada penampilan fisik melalui pemilihan dan pengeditan foto untuk mempertahankan atau melampaui standar ideal dan ini berlaku juga pada laki-laki (Fox & Vendemia, 2016).

Remaja perempuan lebih besar kecenderungannya untuk melakukan perbandingan penampilan, cenderung melaporkan tingkat kepuasan terhadap tubuh mereka lebih rendah setelah terpapar dengan foto-foto di Instagram yang telah disempurnakan secara digital (Engeln et al., 2020:39). Kecenderungan remaja untuk menampilkan diri secara ideal memicu adanya standar dalam berpenampilan yang membuat remaja tanpa sadar melakukan dan mengikuti standar tersebut. Demikian, evaluasi dan orientasi penampilan menjadi bagian dari perilaku pengawasan terhadap penampilan orang lain yang dijadikan sasaran perbandingan yang memicu penurunan terhadap *self-esteem* seperti kurangnya kepercayaan diri dan kepuasan diri pada remaja. Umpan balik yang didapatkan dari interaksi tersebut digunakan sebagai panduan dalam pembentukan konsep diri (Setiawan & Nabila, 2022).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku perbandingan sosial pada aspek penampilan berhubungan dengan presentasi diri siswa pada media sosial Instagram di SMAN 3 Kota Serang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis melalui uji korelasi *pearson product moment* yang menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar -0.601 dan nilai Sig. 0.000, artinya nilai Sig. < 0.05 sehingga dinyatakan terdapat hubungan yang kuat dan bernilai negatif signifikan antara perilaku perbandingan sosial dengan presentasi diri siswa di kelas XII pada media sosial Instagram di SMAN 3 Kota Serang. Selain itu, kontribusi variabel perilaku perbandingan sosial dengan presentasi diri berdasarkan R Square diperoleh sebesar 36.2% dan sisanya 63.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D. S. (2022). *Hubungan Antara Penerimaan Diri dengan Perbandingan Sosial Pada Remaja Akhir Pengguna Media Sosial Instagram*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Engeln, R. S., Loach, R., Imundo, M. N., & Zola, A. (2020). Compared To Facebook, Instagram Use Causes More Appearance Comparison And Lower Body Satisfaction In College

Women. *Body Image*, 34, 38–45.

- Fakhri, N., Rachim, R. A., & Irdianti. (2023). Social Comparison and Self-Presentation Among Adolescent Users of Instagram in The City Of Makassar. *SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN 2023 "Penguatan Riset, Inovasi, Kreativitas Peneliti Di Era 5.0" LP2M-Universitas Negeri Makassar*.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82–88.
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram Use And Young Women's Body Image Concerns and Self-Objectification: Testing Mediation Pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395.
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram Use And Young Women's Body Image Concerns and Self-Objectification: Testing Mediation Pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395.
- Fox, J., & Vendemia, M. A. (2016). Selective Self-Presentation and Social Comparison Through Photographs on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(10), 593–600.
- Fullwood, C., James, B. M., & Josephine, C. W. (2016). Self-concept clarity and online self-presentation in adolescents. *CyberPsychology, Behavior and Social Networking*, 19(12), 1–13.
- Fullwood, C., Wesson, C., Chen-Wilson, J., Keep, M., Asbury, T., Luke, & Wilson. (2020). If the Ask Fits: Psychological Correlation with Online Self-Presentation Experimentation in Adults. *Chyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 23(11), 737–742.
- Haerunnisa, N. Z., & Yusuf, R. I. (2019). Beauty Influencer di Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Maakassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 1(2), 46–54.
- Kemp, W. A. S. & S. (2023). *"Digital 2023 Indonesia,."* <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Muhid, A., & Wahyudi, W. E. (2020). *Interaksi Simbolik Teori dan Aplikasi dalam Penelitian Pendidikan dan Psikologi*. Madani.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekayasa Media.
- O'Brien, J. R. (2016). Social Media—A Theoretical Correlation With Socialization And Social Change. *International Journal of Advanced Trends in Engineering and Technology*, 1(1), 18–21.
- Puspasari, L. (2019). Body Image dan Bentuk Tubuh Ideal, Antara Persepsi dan Realitas. *Buletin Jagadhdita*, 1(3), 1–4.
- Putra, J. S. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Psikohumaniora; Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(3), 197–210.
- Rarasingtyas, I. I. (2017). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita Jakarta.
- Sa'diyah, S. A. (2020). *Hubungan Antara Self Esteem dan Self Consciousness Dengan Self Presentation Remaja Pengguna Media Sosial*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Sari, A. M., & Mulawarman, M. (2021). Kontribusi harga diri dan motivasi berprestasi terhadap perbandingan sosial pada siswa pengguna media sosial. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5(2), 225–235.
- Scheff, T. J. (2005). Looking-Glass Self: Goffman As Symbolic Interactionist. *Symbolic Interaction*, 28(2), 147–166.
- Scully, M., Swords, L., & Nixon, E. (2023). Social Comparisons On Social Media: Online Appearance-Related Activity And Body Dissatisfaction In Adolescent Girls. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 40(1), 31–42.
- Setiawan, R., & Nabila, A. P. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Pembentukan Konsep

- Diri Remaja Di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang. *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, 4(3), 12-130.
- Simangunsong, B. A. (2017). Konstruksi Diri dan Pengelolaan Kesan pada Ruang Riil dan Ruang Virtual. *Jurnal ASPIKOM*, 1(1), 1–124.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369.
- Zhao, S. (2005). The Digital Self: Through The Looking Glass Of Telecopresent Others. *Symbolic Interaction*, 28(3), 387–405.