

Pengaruh kesepian terhadap presentasi diri online pada dewasa awal pengguna instagram



p-ISSN 2746-8976; e-ISSN 2685-8428
ejournal.umm.ac.id/index.php/cognicia
2024, Vol 12(1):67-72
DOI:10.22219/cognicia.v12i1.30475
©The Author(s) 2024
© 4.0 International license

Rahardian Puji Assyfikqi¹, Susanti Prasetyaningrum¹, dan Udi Rosida Hijrianti^{1*}

Abstract

Emerging adulthood can show self-expression and communicate with others via Instagram, especially by sharing photos and videos. When presenting themselves on the internet, individuals must have the ability to create a good impression virtually. A survey conducted by the Mental Health Foundation shows that people aged 18 to 34 experience loneliness more often because the expected need for intimacy from close people is not met, a gap is created between expectations and the reality of formed social relationships, and a lack of satisfaction from social relationships which exists. The aim of this research is to determine the influence of loneliness on online self-presentation in early adult Instagram users. The research method used was quantitative with single regression analysis, and to distribute the research sample using convenience sampling techniques to obtain 162 respondents who had the criteria of being 18-27 years old, actively using Instagram. The instrument used refers to the theory of loneliness and online self-presentation, and produces a significance value of 0,001 ($p < 0,05$) which can be explained if the hypothesis that there is an influence of loneliness on online self-presentation is accepted with an effective contribution of 7,9%.

Keywords

Emerging adulthood, loneliness, online self presentation

Pendahuluan

Media sosial menjadi satu diantara media komunikasi secara online yang populer pada saat ini. Media sosial adalah *platform* komunikasi digital yang menyajikan berita, bertukar pesan, dan berargumen tertentu (Handayani, 2017). Indonesia menempati peringkat keempat dalam jumlah pengguna Instagram di seluruh dunia, hampir seperempat jumlah populasi penduduk Indonesia menjadikan Instagram sebagai *platform* presentasi diri online mereka (Pertiwi, 2019). Sebuah data dari 'NapoleonCat', perusahaan yang berada di Polandia bergerak pada analisa pemasaran sosial media, negara Indonesia memiliki angka yang signifikan pada penggunaan instagram aktif secara perbulan, tercatat memiliki total 61.610.000 pengguna sampai pada November 2019. Ini hampir mendekati 22,6 % dari keseluruhan total penduduk di Indonesia, dengan 50,8% di antaranya adalah perempuan dan 49,2% adalah laki-laki (Pertiwi, 2019). Berdasarkan statistik tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki pengguna media sosial instagram yang cukup banyak jumlahnya.

Saat ini media sosial memberikan sebuah perbedaan kepada individu dalam menampilkan diri mereka. Beberapa orang memilih untuk menampakkan diri mereka secara penuh pada *platform* tersebut sama seperti yang mereka lakukan ketika tatap muka, sedangkan yang lain membuat sebuah presentasi diri palsu (Aiyuda & Syakarofath, 2019). Individu akan memiliki strategi untuk meningkatkan presentasi diri dalam menampilkan presentasi diri di media sosial (Bareket-bojmel *et al.*, 2016). Saat di dunia digital, individu memiliki kemampuan untuk mengontrol presentasi diri mereka untuk ditampilkan karena tidak bisa mengelak untuk melakukan presentasi diri langsung (Smith & Sanderson,

2015). Ketika menampilkan diri di internet, individu harus memiliki kemampuan untuk menciptakan kesan yang baik secara virtual. Mereka mungkin perlu menggunakan berbagai strategi sebagai cara menguatkan presentasi diri di media sosial, seperti menerima umpan balik dari evaluasi (Bareket-bojmel *et al.*, 2016). Terdapat beragam cara yang menunjukkan presentasi diri dapat diidentifikasi secara visual contohnya menuliskan kutipan-kutipan bijak dalam status, memberikan kritik, berbagi informasi tentang kondisi pribadi saat ini, mengunggah informasi mengenai aktivitas dan lokasi saat ini, dan bermacam cara lainnya, selain itu presentasi diri online juga dapat berbentuk mengunggah foto-foto atau video. Beragam ekspresi yang dimunculkan oleh pengguna media sosial akan difokuskan pada berbagai strategi dalam melakukan presentasi diri (Juditha, 2014).

Pada sebagian orang usia dewasa awal dapat menunjukkan ekspresi diri dan berkomunikasi dengan orang lain melalui Instagram, terutama dengan membagikan foto dan video. Melalui media sosial ini memudahkan seseorang untuk menjangkau dan berbagi komentar pada unggahan foto masing-masing. Melalui unggahan foto di Instagram, dewasa awal dapat berbagi ekspresi diri dan bisa membuat kesan yang sempurna pada orang lain (Handayani, 2017). Tujuan dewasa awal dalam mengunggah foto diri atau *selfie* di

¹Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Korespondensi:

Udi Rosida Hijrianti, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia, Jalan Raya Tlogomas no. 246, Kota Malang, Indonesia 65141

Email: udi@umm.ac.id

Instagram adalah untuk memperoleh respons sebuah *like* dari orang lain yang menggunakan Instagram, terutama dari teman sebaya mereka. Mereka percaya bahwa dengan banyaknya jumlah *like* yang diterima, maka semakin populer foto tersebut. Sebaliknya, jika foto yang diunggah tidak memperoleh banyak *like*, maka dianggap kurang menarik dan tidak populer. Tingkat popularitas dari foto tersebut akan mempengaruhi presentasi diri dan kepercayaan diri dewasa awal (Sherman *et al.*, 2016). Kertamukti *et al.* (2019) menyatakan bahwa pengguna Instagram termasuk dalam kelompok masyarakat yang memiliki keinginan untuk berbagi dan memiliki konsep diri yang unik untuk memainkan sebuah peran tertentu di masyarakat. Semakin meluasnya penggunaan Instagram di masyarakat, banyak orang yang mulai memanfaatkan platform tersebut untuk berbagai kepentingan. Salah satu kepentingan tersebut adalah untuk mempresentasikan diri sendiri (Setiawan & Audie, 2020). Seperti fenomena *flexing* melalui media Instagram dimana seseorang menampilkan atau memamerkan prestasi, kekayaan, atau pencapaian mereka secara berlebihan. *Flexing* atau *flex* merupakan upaya seseorang untuk menciptakan kesan identitas sosial mereka kepada orang lain, dengan *flexing* orang supaya memperoleh apresiasi dari orang lain dengan apa yang mereka tampilkan di Instagram (Rusdiansyah, 2023).

Feldman (1995) mengungkapkan bahwa kemampuan untuk membuat kesan yang sempurna kepada orang lain disebut sebagai manajemen kesan atau *self-presentation*. Konsep ini juga dikenal sebagai presentasi diri, yaitu kemampuan untuk mengatur cara seseorang memperlihatkan diri mereka kepada orang lain. Presentasi diri membentuk seseorang untuk menunjukkan perilaku yang selaras dengan persepsi dari orang lain tentang dirinya (Handayani, 2017). Agar mencapai tujuan ini, seseorang dapat menggunakan strategi presentasi diri seperti menciptakan citra palsu atau *image* yang berbeda dari dirinya yang sesungguhnya, memperlihatkan dirinya dengan berlebihan, atau bahkan membentuk gambaran yang keliru tentang dirinya di mata orang lain (Handayani, 2017). Ketika berinteraksi secara langsung, presentasi diri seseorang lebih terbatas karena orang lain bisa saja menentang atau membantah apa yang dipresentasikan secara langsung. Namun, di media sosial seperti Instagram, individu memiliki kebebasan tanpa batas untuk mempresentasikan diri sesuai dengan keinginan mereka (Suneki & Haryono, 2012). Hal ini memungkinkan mereka untuk berusaha lebih baik dalam mempresentasikan diri karena tidak seorang yang bersedia untuk mengomentari atau menantang bentuk tampilan mereka secara langsung. Identitas seseorang dapat mengalami perubahan sesuai dengan individu-individu yang berhubungan dengan mereka (Suneki & Haryono, 2012).

Mempresentasikan diri di media sosial, terutama di Instagram, sangat signifikan bagi seseorang karena memiliki banyak opsi untuk menunjukkan berbagai aspek tentang diri mereka. Aspek-aspek tersebut dapat mencakup hal-hal seperti gender, minat, dan bakat yang dimiliki. Presentasi diri memungkinkan seseorang untuk mengungkapkan dirinya secara bebas dan menarik perhatian orang lain dengan cara yang diinginkannya (Handayani, 2017). Saat melakukan presentasi diri di platform media sosial seperti Instagram, seseorang patut mempertimbangkan konsekuensi yang bisa timbul, dari segi efek negatif maupun efek positif. Cara

seseorang dalam mempresentasikan diri dapat mempengaruhi dampak yang terjadi. Beberapa dampak positif dari presentasi diri yang ada di media sosial diantaranya meningkatkan relasi dengan keluarga atau teman lama yang jarang bertemu, memperluas jaringan pertemanan, mendapatkan peluang untuk memperoleh belajar hal baru, dan mempermudah proses transfer informasi terkini (O'Keeffe & Pearson, 2011).

Presentasi diri memberikan kemampuan bagi individu untuk mengendalikan citra mereka dengan maksud untuk memikat perhatian orang lain, serta presentasi diri yang ditampilkan di Instagram terkadang dibuat dengan maksud untuk melakukan manipulasi terhadap orang lain, seperti yang terjadi pada seorang perempuan dari Tiongkok menampilkan foto-foto yang sangat menarik di media sosial, menciptakan gambaran palsu tentang dirinya untuk menarik perhatian pria. Namun, ketika pria tersebut bertemu langsung dengannya, ia merasa sangat kecewa dan marah karena penampilan asli perempuan tersebut tidak sesuai dengan apa yang ada di foto (Aliana, 2015).

Menurut Krasnova *et al.* (2013), hadirnya media sosial juga berisiko karena dapat memberikan dampak psikologis yang negatif pada penggunaannya berhubungan dengan kegiatan online yang dilakukan di sosial media. Pada penelitian Krasnova *et al.* (2013) yang melibatkan 357 responden, terungkap bahwa beberapa responden mengalami frustrasi dan lelah sesudah bermain Instagram. Beberapa faktor yang menyebabkan frustrasi tersebut adalah meningkatnya rasa iri hati (29,6%), kurangnya perhatian (19,5%) yang disebabkan oleh kurangnya komentar, suka, dan umpan balik, kesepian (10,4%) karena kurangnya bertemu secara langsung, dan hilangnya waktu (13,7%). Menurut *American Journal of Preventive Medicine*, seseorang yang menghabiskan waktu bermain sosial media selama lebih dari 2 jam sehari cenderung merasa terisolasi dan kesepian karena terpapar dengan gambaran pola hidup orang lain yang dipajang di media sosial, sehingga dapat memicu perasaan cemburu dan iri (Ramadhan & Coralia, 2022).

Penggunaan internet memberikan kemudahan bagi individu untuk menjalin hubungan sosial secara online, terbukti dengan meningkatnya waktu yang dipakai oleh pengguna internet ketika mengakses media sosial. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perkembangan pesat internet telah mempengaruhi tingginya interaksi sosial melalui online terutama bagi mereka yang berusia dewasa awal (Krisnadi & Adhandayani, 2022). Kim *et al.* (2009) dalam penelitiannya bahwa penggunaan internet yang berlebihan dapat dipengaruhi oleh faktor psikososial seperti rasa kesepian. Selain itu individu yang merasa kesepian cenderung memilih berkomunikasi secara online karena dianggap nyaman dan menikmati anonimitas (Zanah & Rahardjo, 2020). Menggunakan media sosial dapat berfungsi sebagai tempat bagi individu untuk berinteraksi dengan orang lain dan mengatasi perasaan kesepian mereka. Selain sebagai cara untuk mengatasi kesepian, media sosial juga dapat digunakan untuk membuat kedekatan pada orang lain dan berinteraksi secara virtual untuk mengatasi perasaan negatif lainnya (Krisnadi & Adhandayani, 2022).

Menurut Hurlock (2004) kelompok orang berusia antara 18 dan 40 tahun memasuki tahap masa dewasa awal. Teori psikososial Erikson menyatakan bahwa tahap masa dewasa awal dimulai dengan tahap hubungan yang kuat, hangat,

dan komunikatif. Dalam praktiknya, penggunaan internet membantu individu merasa nyaman dalam menjalin hubungan sosial melalui daring (Krisnadi & Adhandayani, 2022). Sebuah survei yang dilakukan oleh Yayasan Kesehatan Mental menunjukkan bahwa orang berusia 18 hingga 34 tahun lebih sering mengalami kesepian jika dibandingkan dengan orang di atas usia 55 tahun. (Ramadhan & Coralia, 2022). Ketika kebutuhan keintiman yang diharapkan dari orang-orang terdekat tidak terpenuhi, kesenjangan tercipta antara harapan dan kenyataan hubungan sosial yang terbentuk, dan kurangnya kepuasan dari hubungan sosial yang ada, maka rasa kesepian dapat muncul (Ramadhan & Coralia, 2022). Menurut Blachnio et al. (2016), individu yang merasa kesepian cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi pribadi mereka di media sosial daripada individu yang tidak merasa kesepian. Hal ini terjadi karena perasaan kesepian mendorong individu untuk mencari koneksi dengan orang lain melalui media sosial dan mengungkapkan informasi pribadi sebagai upaya untuk mendapatkan perhatian dan dukungan sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kesepian terhadap presentasi diri online pada dewasa awal pengguna Instagram, penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti lain untuk menganalisis lebih lanjut terkait topik tentang kesepian dan presentasi diri online pada dewasa awal. Meskipun dari banyak penelitian yang ada terkait variabel presentasi diri secara umum, tetapi untuk penelitian yang spesifik meneliti tentang presentasi diri secara online secara visual seperti melalui media Instagram, Tik Tok, atau Snapchat masih terbatas (Harris & Bardey, 2019). Manfaat yang dapat diambil secara teoritis dari penelitian yang akan dilakukan adalah mengetahui jika terdapat pengaruh antara kesepian terhadap presentasi diri online pada dewasa awal pengguna Instagram serta dapat dijadikan acuan masyarakat dan peneliti lainnya tentang kesepian dan presentasi diri online pada dewasa awal.

Hipotesis penelitian: Terdapat hubungan antara kesepian dengan presentasi diri online pada dewasa awal pengguna Instagram.

Metode

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, untuk mengetahui pengaruh kesepian terhadap presentasi diri online pada dewasa awal pengguna Instagram. Menurut Azwar (2017), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang fokus pada analisis data numerik yang dianalisis menggunakan metode statistika. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian korelasional, yang bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara variasi satu variabel dengan variasi satu atau lebih variabel lainnya, berdasarkan koefisien korelasi.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini berjumlah 162 orang dengan kriteria dewasa awal berusia 18-27 tahun, laki-laki dan perempuan, pengguna Instagram aktif, mengunggah atau membagikan foto/video yang ada di Instagram. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive*

Tabel 1. Data Demografi Subjek

| Kategori | Frekuensi | % |
|---------------|-----------|------|
| Jenis Kelamin | | |
| Laki-laki | 54 | 33,3 |
| Perempuan | 108 | 66,7 |
| Usia | | |
| 18-20 | 14 | 8,4 |
| 21-23 | 94 | 58,8 |
| 24-27 | 54 | 32,7 |

sampling. *Purposive sampling* adalah adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015).

Instrumen Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel yang digunakan variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*), untuk kesepian sebagai variabel bebas (X), sedangkan presentasi diri online sebagai variabel terikat (Y).

Kesepian adalah sebuah pengalaman individu yang timbul ketika seseorang tidak memiliki ikatan sosial yang kuat dengan orang lain. Untuk penelitian ini, menggunakan alat ukur *UCLA Scale of Loneliness* (Versi 3) yang dikembangkan oleh Russell (1996) dan telah dialih bahasa oleh Nurlyli & Hidayati (2014). Skala ini bertujuan untuk mengukur tiga aspek yang berbeda, yaitu kepribadian, keinginan sosial, dan tingkat depresi. Skala penelitian ini terdiri dari total 20 item pertanyaan, di mana 11 diantaranya memiliki kecenderungan positif (*favorable*) dan 9 diantaranya memiliki kecenderungan negatif (*unfavorable*). Skala ini telah menunjukkan reliabilitas yang tinggi dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,883 dan nilai validitas menunjukkan angka 0,32-0,65. Semakin tinggi skornya, maka individu memiliki kecenderungan tingkat isolasi yang lebih tinggi, sementara skor yang lebih rendah menunjukkan kecenderungan tingkat isolasi yang lebih rendah.

Presentasi diri online di platform Instagram merupakan metode yang digunakan oleh seseorang untuk membentuk dan menciptakan kesan positif kepada orang lain dengan mengendalikan perilaku dan sikap mereka melalui akun Instagram. Pada penelitian ini, digunakan *Social Media Self-Presentation Scale* yang dikembangkan oleh Yang et al. (2017) sebagai instrumen pengukuran yang telah dialih bahasa ke Indonesia oleh Wiranegara (2023). Alat ukur ini terdiri dari empat faktor yang meliputi keluasan (*breadth*), kedalaman (*depth*), kepositifan (*positivity*), dan keaslian (*authenticity*). Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin mengesankan presentasi diri online seseorang. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh, semakin kurang mengesankan presentasi diri online seseorang. Terdapat total 17 pernyataan pada skala penelitian ini, yaitu 13 pernyataan memiliki kecenderungan positif (*favorable*) dan 4 pernyataan memiliki kecenderungan negatif (*unfavorable*). Skala ini memiliki reliabilitas tinggi, dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0.86 dan nilai validitas 0,265-0,702 (Yang et al., 2017).

Prosedur dan Analisis Data

Peneliti melakukan beberapa langkah persiapan dalam penelitian ini. Tahapan pertama adalah mengamati fenomena yang terjadi saat ini kemudian dijadikan topik penelitian.

Selanjutnya, peneliti melakukan pencarian berbagai sumber dan teori yang mendukung serta mencari variabel-variabel yang relevan. Pada tahap berikutnya, yaitu tahap pelaksanaan, peneliti mulai melakukan pengumpulan data turun lapangan.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan memberikan skala kepada responden tanpa ada perlakuan khusus lainnya. Skala tersebut diberikan kepada subjek yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Penyebaran skala dilakukan secara online dengan membagikan tautan/link yang berisi skala penelitian melalui akun media sosial peneliti. Penelitian ini dilakukan selama kurun waktu 2 bulan dari proses pengambilan data, melakukan analisa data, dan pembuatan diskusi analisa data. Pada tahap akhir, yaitu analisis data, dilakukan pengolahan data penelitian menggunakan analisis regresi sederhana untuk menentukan sejauh mana pengaruh kesepian terhadap presentasi diri online. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 17.0 dan JASP, analisis data meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji hipotesis. Hasil dari analisa data lalu diuji verifikasi dan plagiasi oleh laboratorium psikologi UMM.

Hasil

Subjek penelitian ini adalah dewasa awal yang menggunakan instagram aktif dari jumlah responden 162 orang. Sebelum melanjutkan analisa penelitian, maka diperlukan uji normalitas data statistik. Pada penelitian ini uji normalitas residu menggunakan *Skewness* dan *Kurtosis*. Uji normalitas menggunakan *Skewness* dan *Kurtosis* cocok digunakan untuk menganalisa data yang memiliki sampel berjumlah kecil hingga sedang, ketika digunakan untuk menganalisa data dengan jumlah sampel yang besar (>200) akan mendapatkan hasil yang tidak normal (Wiranegara, 2023). Data dapat dikategorikan normal jika nilai dari *Skewness* dan *Kurtosis* terletak diantara -1,96 hingga 1,96. Pada variabel presentasi diri online nilai dari uji normalitas *Skewness* mendapatkan -0,072 dan untuk nilai dari uji normalitas *Kurtosis* sebesar 0,341, sedangkan untuk variabel kesepian nilai dari uji normalitas menggunakan *Skewness* mendapatkan sebesar 0,092 dan uji normalitas menggunakan *Kurtosis* mendapatkan sebesar -0,390. Oleh karena itu hasil yang didapatkan dari uji normalitas menunjukkan data terdistribusi secara normal.

Uji linearitas memastikan jika terdapat hubungan yang linear antara dua variabel atau lebih, jika nilai signifikansi yang didapat lebih kecil ($<0,05$) maka memenuhi syarat (Sugiyono, 2015). Berdasarkan uji linearitas yang dilakukan antara variabel presentasi diri online dengan kesepian mendapatkan hasil signifikansi *linearity* sebesar 0,000 yang artinya memenuhi syarat, sedangkan nilai untuk *deviation linearity* mendapatkan sebesar 0,42 yang artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel presentasi diri online dengan kesepian ($p>0,05$).

Berdasarkan uji regresi linear didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar $<0,001$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kesepian terhadap presentasi diri online. Untuk nilai R^2 sebesar 0,079 dapat dijelaskan jika terdapat sumbangan efektif sebesar 7,9% dari variabel kesepian, yang berarti terdapat faktor lain sebesar 92,1% selain kesepian yang dapat diasumsikan mempengaruhi presentasi diri online. Persamaan regresi linear tunggal

menjadi presentasi diri online = $51,73 - 0,182$ kesepian, dapat dijelaskan jika seseorang tidak merasakan kesepian maka nilai dari presentasi diri online sebesar 51,73, dan untuk setiap penurunan nilai kesepian maka terjadi kenaikan pada tiap nilai presentasi diri online sebesar 0,182.

Diskusi

Hasil analisa yang dilakukan peneliti terdapat pengaruh signifikan antara variabel kesepian terhadap variabel presentasi diri online. Arah pengaruh yang diberikan pada penelitian ini yaitu negatif, yang artinya semakin rendah kesepian yang dialami maka semakin tinggi presentasi diri online, begitu juga sebaliknya semakin tinggi kesepian yang dialami maka semakin rendah presentasi diri online yang dihasilkan. Berdasarkan hasil analisa regresi diketahui bahwa terdapat pengaruh kesepian terhadap presentasi diri online dilihat dari nilai signifikansi dari kontribusi variabel kesepian yang diperoleh pada penelitian ini sebesar 7,9%, sedangkan terdapat 92,1% variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel presentasi diri online lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan jika kesepian yang dialami oleh dewasa awal dipengaruhi berdasarkan bagaimana cara individu membuat presentasi tentang dirinya melalui Instagram. Seorang dewasa awal menggunakan *platform* media sosial instagram sebagai media presentasi diri online untuk memberi kesan kepada orang lain melalui postingan yang diunggah di dalam profil atau beranda Instagram. Seseorang memiliki kesempatan untuk memberikan kesan yang terbaik dari versi dirinya secara ideal sebagai bentuk menarik perhatian orang lain dalam bentuk umpan balik dan interaksi yang massif, sehingga perasaan kesepian yang dialami akan berkurang (Wiranegara, 2023).

Penggunaan Instagram berkaitan dengan pengurangan tingkat kesepian seseorang, hal ini dikarenakan oleh keintiman yang diwujudkan di dalam konten visual lebih kuat karena dapat menampilkan gambaran dibandingkan konten verbal (Pittman, 2015). Jumlah *likes* yang diperoleh seseorang mencerminkan dukungan orang lain yang diberikan terkait konten tersebut (Andalibi *et al.*, 2017). Foto-foto diri yang diunggah oleh seseorang di Instagram cenderung mudah mendapatkan respon dalam bentuk *likes* dan komentar. Interaksi dari orang lain yang banyak ini merupakan bentuk isyarat sosial berupa keintiman yang tercipta pada pengguna Instagram (Hong *et al.*, 2019).

Sesuai dengan teori dari Erikson yang menjelaskan jika tahapan perkembangan usia masa dewasa awal mengalami *intimacy vs isolation*, pada tahap perkembangan ini individu merasa terasingkan dari kelompok sosial (Maulidya & Adelina, 2018). Saat memasuki fase dewasa awal, seseorang sering mengalami stres kehidupan karena jauh dari orang tua dan merasa kekurangan dukungan sosial yang dialami pada fase sebelumnya. Perubahan-perubahan ini memungkinkan untuk memicu perasaan kesepian karena adanya perbedaan antara hubungan sosial yang diharapkan dengan realita yang ada (Lam *et al.*, 2021). Oleh karena itu seseorang melakukan presentasi diri online melalui Instagram sehingga dapat mengurangi kesepian yang dialaminya.

Selain faktor kesepian terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi presentasi diri online yang tidak diteliti

pada penelitian ini. Seseorang yang memiliki narsistik juga dapat berkontribusi untuk melakukan presentasi diri online, dari sisi internal faktor yang dapat memberikan pengaruh bentuk presentasi diri online seseorang yang berkaitan dengan kepribadian (Aiyuda & Syakarofath, 2019).

Selanjutnya hasil penelitian yang diperoleh tidak adanya data terkait intensitas penggunaan instagram menjadi hal yang tidak dapat dianalisa dengan kesepian yang dapat mempengaruhi presentasi diri online. Intensitas penggunaan instagram yang tinggi menjadi indikasi seseorang yang mengalami kesepian akan melakukan interaksi secara online untuk mendapatkan umpan balik dari orang lain, dengan melalui unggahan foto atau video yang semakin populer akan mendapatkan respon yang banyak. (Andalibi et al., 2017). Jumlah pengikut juga tidak disertakan pada penelitian ini. Ting (2014) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara penggunaan instagram dan jumlah *followers* di instagram yang berarti seseorang akan lebih sering mempresentasikan dirinya di instagram ketika memiliki lebih *followers* di instagram. Jika pengguna instagram memiliki lebih banyak *followers*, akan lebih mungkin bagi mereka untuk mendapatkan perhatian, pendengaran, dan dukungan dari orang lain.

Simpulan dan Implikasi

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Terdapat pengaruh signifikan dengan arah negatif antara kesepian terhadap presentasi diri online, artinya jika presentasi diri online yang dilakukan cukup baik atau pada kategori tinggi maka kesepian akan cenderung rendah. Tetapi tidak hanya kesepian yang dapat mempengaruhi presentasi diri, ada faktor lain yang masih belum diidentifikasi pada ranah penelitian ini.

Kelemahan penelitian ini terdapat kurangnya peneliti untuk menambahkan durasi penggunaan instagram, sehingga tidak dapat melihat apakah durasi penggunaan instagram dapat memberikan kontribusi terhadap variabel presentasi diri online. Serta kurang spesifik untuk menjabarkan bentuk atau strategi presentasi diri online yang digunakan untuk menurunkan kesepian yang dialami.

Implikasi penelitian ini sebagai bahan rujukan penelitian serupa berikutnya terkait presentasi diri secara online, karena masih minimnya sumber literatur yang secara spesifik meneliti tentang presentasi diri secara online. Saran bagi peneliti berikutnya dapat diharapkan menggunakan metode yang lebih spesifik dan analisa yang lebih terperinci dari variabel presentasi diri online, serta menemukan sumber populasi lainnya.

Referensi

- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019). Presentasi diri Online di sosial media (Instagram dan facebook). *Psychopolytan (Jurnal Psikologi)*, 2(2), 124-130. <https://jurnal.univrab.ac.id/index.php/psi/article/view/915>
- Aliana, S. S. (2015). Wanita ini babak belur dipukuli teman kencan online. <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/586439-wanita-ini-babak-belurdipukuli-teman-kencan-online>.
- Andalibi, N., Ozturk, P., & Forte, A. (2017). Sensitive self-disclosures, responses, and social support on instagram: The case of depression. In *proceedings of the 2017 ACM conference on computer supported cooperative work and social computing*(pp. 1485-1500). <https://doi.org/10.1145/2998181.2998243>
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Bareket-bojmel, L., Moran, S., & Shahr, G. (2016). Computers in human behavior strategic self-presentation on facebook: Personal motives and audience response to online behavior. *Computers in Human Behavior*, 55, 788–795. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.033>
- Blachnio, A., Przepiorka, A., Balakier, E., & Boruch, W. (2016). Who discloses the most on facebook?. *Journal Computers in Human Behavior*, 55, 664-667. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.007>
- Feldman, R.S. (1995). *Social psychology*. A Simaon & Schuster Company. Englewood Cliffs.
- Handayani, P. (2017). Hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram. Skripsi, University of Muhammadiyah Malang.
- Harris, E., & Bardey, A. C. (2019). Do Instagram profiles accurately portray personality? An investigation into idealized online self presentation. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-22. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00871>
- Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2019). Do you filter who you are?: Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104, 1-29. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106159>
- Hurlock, E.B. (2004). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Penerbit Erlangga.
- Juditha, C. (2014). Presentasi diri dalam media sosial path. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 15(1), 17-32.
- Kertamukti, R., Nugroho, H. & Wahyono, S. B. (2019). Kontruksi identitas melalui stories highlight instagram kalangan kelas menengah. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1). <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.502>.
- Kim, J., Larose, R., & Peng, W. (2009). Loneliness as the cause and the effect of problematic internet use: The relationship between internet use and psychological well-being. *Cyberpsychology and Behavior*, 12(4), 451– 455. <https://doi.org/10.1089>.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on facebook: A hidden threat to users' life satisfaction?. *Journal of Wirtschaftsinformatik Proceedings*, 92. <https://aisel.aisnet.org/wi2013/92>
- Krisnadi, B., & Adhandayani, A. (2022). Kecanduan media sosial pada dewasa awal: Apakah dampak dari kesepian?. *JCA of Psychology*, 3(01). <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/187>
- Lam, J. A., Murray, E. R., Yu, K. E., Ramsey, M., Nguyen, T. T., Mishra, J., ... & Lee, E. E. (2021). Neurobiology of loneliness: A systematic review. *Neuropsychopharmacology*, 46(11), 1873-1887. <https://doi.org/10.1038/s41386-021-01058-7>.
- Maulidya, F., & Adelina, M. (2018). Periodesasi perkembangan dewasa. *Periodesasi Perkembangan Dewasa*, 1-10. <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/1271>
- Nurlayli, R. K., & Hidayati, D. S. (2014). Kesepian pemilik hewan peliharaan yang tinggal terpisah dari keluarga. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(1), 21–35. <https://doi.org/10.22219/jipt>

- v2i1.1767
- O'Keeffe, G. S., & Pearson, K. C. (2011). Clinical report: The impact of social media on children, adolescent and families. *Journal of the American Academy of Pediatrics*, 127 (4), 800 – 804. https://doi.org/10.1542/9781581108224-the15_sub01
- Pertiwi, W. K. (2019). *Sebanyak inikah jumlah pengguna instagram di Indonesia?* Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikahjumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.
- Pittman, M. (2015). Creating, consuming, and connecting: Examining the relationship between social media engagement and loneliness. *The Journal of Social Media in Society*, 4(1), 66-98. <https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/92>
- Ramadhan, P. A., & Coralia, F. (2022). Hubungan antara self disclosure dan loneliness pada mahasiswa pengguna instagram di Kota Palembang. *In Bandung Conference Series: Psychology Science*. 2,(2),525-533. <https://doi.org/10.34007/jehss.v2i3.144.s20>
- Rusdiansyah, Ayu Imtiyas. (2023). *Melihat fenomena flexing melalui lensa sosiologi*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/ayu-imtyas-rusdiansyah/melihat-fenomena-flexing-melalui-lensa-sosiologi-20raDRvdeHH/3>
- Russell, D. W. (1996). UCLA loneliness scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of personality assessment*, 66(1), 20-40. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media sosial instagram sebagai presentasi diri mahasiswi pendidikan sosiologi Untirta. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 6(1), 10-20. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v6i1.1792>
- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2016). The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media, 1–9. *Psychological Science*. 27,(7),1027-1035. <https://doi.org/10.1177/0956797616645673>
- Smith, L. R., & Sanderson, J. (2015). I'm going to instagram it! An analysis of athlete self presentation on instagram. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 2(59), 342-358. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029125>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo, Ed.). CV Alfabeta.
- Suneki, S., & Haryono, H. (2012). Paradigma teori dramaturgi terhadap kehidupan sosial. *CIVIS: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(2).
- Ting, C. (2014). "A study of motives, usage, self-presentation, and number of followers on instagram", SS Student E-Journal. 3. Dikases 15 Februari 2017 melalui <http://ssweb.cityu.edu.hk/download/RS/E-Journal/Vol3/journal1.pdf>.
- Wiranegara, A. A. (2023). Hubungan antara presentasi diri daring dengan kesepian pada emerging adults pengguna instagram. Skripsi Universitas Sebelas Maret. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/99622/>
- Yang, C. C., Holden, S. M., & Carter, M. D. (2017). Emerging adults' social media self-presentation and identity development at college transition: Mindfulness as a moderator. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 52, 212-221. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2017.08.006>
- Zanah, F. N., & Rahardjo, W. (2020). Peran kesepian dan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 286–301. <https://doi.org/10.30996>.