

Peran *self esteem* dan kecenderungan narsisme terhadap presentasi diri pada perempuan pengguna *facebook* usia dewasa awal di Denpasar

Kadek Sinta Ayu Pramesti dan Supriyadi

*Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana
paupasli@yahoo.com*

Abstrak

Pengguna *Facebook* di Indonesia didominasi oleh para pengguna dengan usia rata-rata berkisar 18-24 tahun diposisi pertama dan pengguna dengan rata-rata berusia 25-34 tahun diurutkan kedua. *Pew Research Center* pada tahun 2013 mencatat 81% pengguna *Facebook* adalah kaum ibu dengan berbagai varian usia. *Facebook* digunakan individu sebagai media untuk penggambaran diri individu yang memiliki keinginan untuk membuat kesan yang sempurna dan sesuai dengan orang lain yang disebut presentasi diri. Pembentukan presentasi diri ini pastinya memunculkan hal yang baik. Namun, ketika presentasi diri yang ditunjukkan memiliki motivasi yang berbeda dengan kepribadian individu, maka akan berdampak negatif. *Self esteem* dan kecenderungan narsisme berkaitan dengan meningkatnya presentasi diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat peran *self esteem* dan kecenderungan narsisme terhadap presentasi diri pada perempuan usia dewasa awal di Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sejumlah subjek 106 perempuan usia dewasa awal dan berdomisili di Denpasar, yang dipilih dengan menggunakan teknik *area probability random sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala presentasi diri, skala *self esteem*, dan skala kecenderungan narsisme. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan nilai koefisien regresi (R) sebesar 0,354 dengan taraf signifikansi 0,001 ($p < 0,05$) dan koefisien determinasi sebesar 0,125 yang menunjukkan bahwa variabel *self esteem* dan kecenderungan narsisme memberikan peran sebesar 12,5% terhadap variabel presentasi diri. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self esteem* dan kecenderungan narsisme berperan dalam meningkatkan presentasi diri di *Facebook* pada perempuan dewasa awal.

Kata kunci: Facebook, kecenderungan narsisme, perempuan dewasa awal, presentasi diri, self esteem.

Abstract

Indonesian Facebook users are dominated by average ages ranging from 18-24 years old on top position and users with average ages of 25-34 years old in second position. In 2013, The Pew Research Center noted that 81% of Facebook users were women with various age variants.. Facebook is used as a medium for describing individuals where they have the desire to make a perfect and appropriate impression on others, this is called as self presentation. The establishment of this self presentation certainly brings good things. However, it will have a negative impact when it is shown to has a different motivation from our personality. Self esteem and narcissism tendencies are associated with increased self presentation. The purpose of this study is to observe the role of self esteem and narcissism tendencies on self presentation of early adult women in Denpasar. This study was utilized using quantitative methods with the subject of 106 women of early adulthood domiciled in Denpasar and selected by using area probability random sampling techniques. The instruments used in this study were self presentation scale, self esteem scale, and narcissism tendencies scale. Data analysis method used was the multiple regression analysis. The results of the regression coefficient (R) are 0.354 with a significance level of 0.001 ($p < 0.05$) and the coefficient of determination is 0.125 which indicates that the variables of self esteem and narcissism tendencies play a role of 12.5% of the variable self presentation. Based on these findings, it can be concluded that self esteem and narcissism tendencies play a role in increasing self presentation on Facebook to early adult women.

Keywords: Early adult women , Facebook, narcissism tendencies, self esteem , self presentation.

LATAR BELAKANG

Media sosial saat ini telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi setiap orang, baik dari remaja hingga dewasa. Terdapat berbagai macam media sosial yang digunakan dan salah satunya adalah *Facebook*. *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dengan total sebanyak 1,15 milyar pengguna di seluruh dunia. Pihak *Facebook* menyatakan total pengguna yang berasal dari Indonesia mencapai 48 juta pengguna yang aktif setiap bulannya dan masuk sebagai peringkat ke-4 sedunia sebagai pengguna terbanyak pada bulan Agustus 2013 (Sukiwun, 2014). Menurut hasil analisa *Socialbakers*, yang merupakan perusahaan berbasis *website* dan menganalisa serta menghasilkan data statistik media sosial di seluruh dunia, usia pengguna *Facebook* di Indonesia pada posisi pertama rata-rata berusia 18-24 tahun dan posisi kedua rata-rata berusia 25-34 tahun (Socialbakers, 2018).

Selain itu terdapat pula data dari *Pew Research Center* yang merupakan perusahaan yang melakukan riset terkait *trend* di dunia internet dari seluruh bagian dunia, dimana *Pew Research Center* melakukan beberapa survei terkait pengguna *Facebook*. Pada tahun 2013 didapatkan hasil bahwa setidaknya 67% pengguna internet menggunakan media sosial *Facebook*. Dari persentase 67% tersebut, terdapat persentase pengguna perempuan 72% yang berusia antara 18-29 tahun yang artinya termasuk dalam kategori usia remaja akhir dan dewasa awal (Sukiwun, 2014). Menariknya lagi adalah hasil studi *Pew Research Center* lainnya yang menunjukkan bahwa dari 72% perempuan pengguna *Facebook*, 81% adalah kaum ibu dengan berbagai varian usia.

Kaum ibu memiliki komitmen yang kuat pada media sosial terutama *Facebook*. Menurut hasil studi di *Pew Research Center* selain jaringan kerja, para ibu merasa teman-temannya *Facebook* memberikan dukungan pada diri individu. Sebanyak 3/4 ibu dari 81% kaum ibu yang aktif di *Facebook* memeriksa notifikasi dan melihat *Facebook* setiap lima menit. Bahkan, kehadiran individu lebih sering dibandingkan dengan iklan komersial di *Facebook* (Kompas, 2015).

Hasil data diperkuat lagi oleh studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terkait penggunaan *Facebook*. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan pada dua responden yang merupakan perempuan pengguna *Facebook* aktif, didapatkan hasil bahwa individu mengakses *Facebook* dengan frekuensi yang sering dimana sehari bisa mengaksesnya lebih dari lima kali. Alasan individu menggunakan *Facebook* karena mengikuti perkembangan yang ada dan agar bisa

berkomunikasi dengan teman-temannya. Individu mengatakan menemukan perasaan senang saat bisa saling berkomentar diunggah masing-masing apalagi komen yang berbau positif. Tanpa individu sadari, individu berusaha mendapatkan komentar-komentar yang individu inginkan tersebut, sehingga berusaha mempresentasikan diri sebaik mungkin sehingga memunculkan diri yang ideal (yang diinginkan individu). Salah satu responden mengatakan bahwa individu selalu berusaha memberikan penampilan terbaik saat mengunggah foto maupun status di *Facebook* dan mengomentari unggahan teman-temannya agar mendapat respon yang baik. Individu senang membagikan momen bersama keluarganya di *Facebook*. Namun, salah satu responden mengatakan bahwa adanya *Facebook* membuat komunikasi secara verbal dengan keluarga menurun karena sering kali melakukan komunikasi satu sama lain melalui *Facebook* padahal sedang berada pada satu tempat yang sama (Pramesti, 2018).

Individu menggunakan *Facebook* sebagai media untuk melakukan penggambaran diri dan pengontrolan diri dalam hal pertemanan dimana individu bisa memilih siapa yang bisa masuk dan tidak bisa masuk dalam pertemanan di *Facebook* yang diinginkan individu tersebut. Biasanya pengguna *Facebook* mencari teman baru ataupun menjalin hubungan yang lebih erat dengan orang yang sudah dikenal. Individu yang menggunakan *Facebook* dapat mendaftar dengan bebas, memperkenalkan diri individu dengan bebas, serta menjalin pertemanan baik dengan yang sudah dikenal maupun yang belum dikenal (Rouis, Limayem, & Salehi, 2011). Beberapa pengguna *Facebook* memiliki pemikiran tentang cara-cara agar orang lain bisa terpengaruh dengan kesan yang individu buat di *Facebook* dan menimbulkan kesan yang baik di mata orang lain, (Buffardi & Campbell, 2008).

Keinginan individu untuk membuat kesan yang sempurna dan sesuai keinginan orang lain dengan cara melakukan yang terbaik pada saat melakukan komunikasi disebut sebagai *impression management* (Dayakisni, 2009). Individu akan berusaha untuk mengatur kesan dirinya dengan menyesuaikan pada harapan teman-temannya agar menjadi teman yang baik (Ofcom, 2008). Tindakan individu dalam menciptakan kesan yang baik pada orang lain disebut dengan manajemen kesan atau disebut dengan *self presentation* atau presentasi diri (Fieldman, 1995).

Presentasi diri di *Facebook* bisa dilihat sebagai uji coba pada identitas diri individu. Individu akan mempresentasikan dirinya secara *verbal* maupun *non-verbal* kepada orang lain yang sedang melakukan interaksi dengannya. Saat berinteraksi

dengan orang lain khususnya di media sosial, individu sering terfokus pada bagaimana orang lain menilai perilakunya dalam berinteraksi di media sosial, seperti unggah foto ataupun cara berkomentar yang sudah sesuai atau belum. Individu berusaha untuk mengontrol pemikiran orang lain tentang dirinya agar sesuai dengan pemikiran individu, maka dari itu individu melakukan presentasi diri. Presentasi diri adalah usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap mengenai diri, baik secara disadari maupun tidak (Sarwono, 2009).

Beberapa individu bermasalah dalam melakukan presentasi diri yang sesuai dengan keinginan individu. Permasalahan ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari dimana individu memiliki keinginan untuk melakukan komunikasi di *Facebook* dengan memberi komentar pada hal-hal yang sedang terjadi, akan tetapi individu mengalami masalah dalam menyampaikannya karena merasa kurang percaya diri. *Facebook* menjadi tempat yang luas bagi penggunanya untuk mempresentasikan dirinya. Presentasi yang dilakukan individu di kesehariannya dapat berbeda dengan presentasi diri yang dilakukan individu tersebut di *Facebook* dimana individu yang mengalami permasalahan presentasi diri di *Facebook* dapat mempresentasikan dirinya dengan baik. Hal ini membuat individu merasa dirinya diterima di *Facebook* ketika orang lain memberikan komentar terhadap unggahannya di *Facebook*.

Individu memiliki persepsi yang menganggap bahwa penilaian-penilaian orang lain terhadap diri individu sangat penting dan akan berpengaruh pada penilaian individu tersebut terhadap kepantasan diri dalam berekspressi dan bertindak, sehingga menimbulkan persepsi individu terhadap dirinya sendiri. Penilaian yang dilakukan individu tersebut disebut dengan *self esteem* (Minchinton, 1993). Individu berusaha dalam mengatur kesan yang individu buat dengan memberi alasan-alasan yang diperlukan untuk mendukung *self esteem* dan menguji akan kebenaran dari diri individu sendiri (Myers, 2012).

Pembentukan presentasi diri ini pastinya memunculkan *self esteem* yang tinggi. Namun, ketika presentasi diri yang ditunjukkan memiliki motivasi yang berbeda dengan kepribadian individu, maka akan berdampak negatif. Adapun dampak negatif yang dimunculkan seperti tidak peduli dengan sekitarnya. Orang yang sudah kecanduan *Facebook* terlalu asik dengan dunianya sendiri (dunia yang diciptakannya) sehingga tidak peduli dengan orang lain dan lingkungan di sekitarnya. Kemudian kurangnya sosialisasi dengan lingkungan. Hal ini merupakan dampak dari terlalu sering dan terlalu lama bermain *Facebook*. Dampak

tersebut cukup mengkhawatirkan bagi perkembangan kehidupan sosial individu. Selain itu juga berkurangnya perhatian terhadap keluarga. Hal ini mungkin tanpa disadari terjadi jika individu membuka *Facebook* saat sedang bersama keluarga. (Suwarno, 2009).

Michikyan (2014) menyebutkan individu yang menggunakan *Facebook* mempresentasikan diri individu yang sebenarnya, diri yang ideal atau yang serta diinginkan diharapkan, dan juga mempresentasikan diri individu yang salah. Individu usia dewasa awal yang memiliki kecenderungan neurotik yang tinggi akan menampilkan diri ideal individu dan diri individu yang salah dengan tujuan untuk memberikan kesan yang baik pada orang lain di *Facebook*. Hal ini berhubungan dengan kecenderungan narsisisme. *Facebook* menjadi tempat untuk individu mempromosikan diri melalui deskripsi diri, foto, dan hubungan pertemanan dengan jumlah yang banyak namun bersifat dangkal, yang secara potensial terhubung dengan ciri-ciri narsisisme (Bufardi, 2008).

Freud (dalam Alwisol, 2011) menjelaskan narsisisme merupakan rasa cinta berlebih yang dimiliki individu pada dirinya sendiri dimana individu tersebut menganggap dirinya sangat baik di segala aspek seperti fisik maupun kemampuan diri yang dimiliki. *Facebook* memberikan peluang untuk individu menampilkan segala yang ada pada dirinya dan melakukan hubungan sosial yang berguna dan menyangkut kesenangannya saja tanpa memikirkan aspek penting dalam menjalin hubungan sosial tersebut. Individu dengan kecenderungan narsisisme mempunyai *self esteem* yang rendah sehingga individu dengan kecenderungan narsisisme membutuhkan pengakuan dan pujian dari orang lain untuk menaikkan *self esteem* individu tersebut. Hal ini membuat individu dengan kepribadian narsisisme membutuhkan media sosial untuk mencari perhatian dan dukungan sosial (Adi & Yudiati, 2009). Akan tetapi, individu dengan kecenderungan narsisisme memiliki presentasi diri yang baik. Individu yang memiliki kecenderungan narsisisme dinilai memiliki foto profil yang lebih menarik secara fisik, lebih modis, lebih mewah, dan lebih keren dibandingkan dengan individu yang kecenderungan narsisismenya rendah (Ong, 2011).

Berdasarkan uraian mengenai presentasi diri pada pengguna *facebook*, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran *self esteem* dan kecenderungan narsisisme terhadap presentasi diri pada perempuan pengguna *facebook* usia dewasa awal di Denpasar.

METODE PENELITIAN

Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas, yaitu *self esteem* dan kecenderungan narsisisme, dan satu variabel terikat, yaitu presentasi diri.

Presentasi Diri

Presentasi diri merupakan sebuah usaha yang secara sadar maupun tidak sadar untuk memengaruhi seseorang dengan kesan yang diciptakan melalui penampilannya di *Facebook*.

Self Esteem

Self esteem merupakan penilaian individu terhadap dirinya apakah pantas atau tidak terkait dengan perilaku yang dimunculkan di *Facebook*.

Kecenderungan Narsisisme

Kecenderungan narsisisme merupakan rasa cinta berlebih individu pada dirinya sendiri dengan mementingkan kepentingannya sendiri dibandingkan orang lain, ingin menjadi pusat perhatian, dan mengharapkan keuntungan dalam menjalin hubungan di *Facebook*.

Responden

Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah perempuan yang berusia 20-40 tahun yang sudah menikah dan merupakan penduduk yang berdomisili di Denpasar serta memiliki akun *facebook*. Jumlah kuisioner yang dapat dianalisis dan menjadi subjek dalam penelitian ini sebanyak 106 orang.

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 22-28 Maret 2019 di Kecamatan Denpasar Barat, Kelurahan Renon, Kelurahan Sesetan, dan Kelurahan Sanur dengan cara *door to door*.

Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa tiga skala, yaitu skala presentasi diri dan skala *self esteem* yang menggunakan skala Likert, sedangkan skala kecenderungan narsisisme menggunakan skala Goffman. Skala presentasi diri menganut empat aspek presentasi diri yang mengacu pada Goffman (dalam Dayakisni, 2009). Skala *self esteem* disusun berdasarkan tiga aspek yang didapatkan dari teori Minchinton, yaitu *Self Esteem Inventory* yang telah diadaptasi oleh Hardini (2010). Skala kecenderungan narsisisme disusun berdasarkan tiga aspek turunan yang dikembangkan oleh Vaknin (2008)

Alat ukur penelitian berdasarkan pada skala Likert dengan bentuk pernyataan yang *favorable* dan *unfavorable*, dengan empat pilihan jawaban, yaitu (SS) Sangat Setuju, (S) Setuju, (TS) Tidak Setuju, (STS) Sangat Tidak Setuju. Alat ukur penelitian

berdasarkan skala Goffman dengan pilihan jawaban Ya dan Tidak.

Uji validitas bertujuan untuk mengukur ketepatan dan kesesuaian alat ukur dalam mengukur atribut dari variabel penelitian, Azwar (2013) mengungkapkan aitem dikatakan valid apabila korelasi aitem total (r_{ix}) sama dengan atau lebih besar daripada 0,30.

Uji reliabilitas menekankan pada sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengukuran yang dianggap memiliki reliabilitas tinggi adalah penelitian yang menghasilkan data reliabel (Azwar, 2015). Uji reliabilitas alat ukur penelitian dilakukan dengan melihat nilai *Alpha Cronchbach*. Reliabilitas skala dapat dikatakan cukup baik apabila memiliki nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60. (Azwar, 2013)

Uji coba alat ukur dilakukan untuk memastikan apakah alat ukur yang dibuat mampu mengukur variabel yang ingin diteliti dengan melihat validitas dan reliabilitas dari alat ukur. Uji coba validitas isi pada alat ukur penelitian ini dinilai melalui *professional judgement* oleh dosen psikologi Universitas Udayana. Selanjutnya, peneliti melakukan uji coba alat ukur pada subjek dengan kesamaan karakteristik yang peneliti gunakan. Subjek pada uji coba alat ukur ini adalah perempuan dengan kategori dewasa awal rentang usia 20-40 tahun. Uji coba dilakukan sebanyak satu kali pada subjek yang berdomisili di Denpasar Barat dengan menggunakan kuisioner dan dilakukan dengan cara *door to door*.

Skala presentasi diri terdiri dari 34 aitem, setelah dilakukan uji validitas menghasilkan 24 aitem valid. Aitem-aitem yang valid memiliki koefisien korelasi aitem-total berkisar 0,276 sampai 0,756. Hasil uji reliabilitas pada skala presentasi diri menunjukkan nilai koefisien *Alpha* (α) sebesar 0,880. Angka tersebut menunjukkan bahwa skala ini mencerminkan 88% nilai skor murni subjek.

Skala *self esteem* terdiri dari 30 aitem, setelah dilakukan uji validitas menghasilkan 20 aitem valid. Aitem-aitem yang valid memiliki koefisien korelasi aitem-total berkisar 0,314 sampai 0,741. Hasil uji reliabilitas pada skala *self esteem* menunjukkan nilai koefisien *Alpha* (α) sebesar 0,886. Angka tersebut menunjukkan bahwa skala ini mencerminkan 88,60% nilai skor murni subjek.

Skala kecenderungan narsisisme terdiri dari 25 aitem, setelah dilakukan uji validitas menghasilkan 17 aitem valid. Aitem-aitem yang valid memiliki koefisien korelasi aitem-total berkisar 0,25 sampai 0,75. Hasil uji reliabilitas pada skala kecenderungan narsisisme menunjukkan nilai

koefisien *Alpha* (α) sebesar 0,70. Angka tersebut menunjukkan bahwa skala ini mencerminkan 70% nilai skor murni subjek.

Hasil uji reliabilitas dan validitas ketiga skala yang digunakan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketiga skala, yaitu skala presentasi diri, skala *self esteem* dan skala kecenderungan narsisme diyakini dapat mengukur atribut dari variabel penelitian yang hendak diukur.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua uji, yaitu uji asumsi dan hipotesis. Uji asumsi merupakan syarat sebelum dilakukannya uji hipotesis. Uji asumsi yang dilakukan, yaitu uji normalitas, uji linieritas dan uji multikolinieritas. Uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov smirnov* dengan melihat nilai signifikansinya. Uji linearitas menggunakan uji *compare means* dengan melihat nilai *linearity* dan *deviation from linearity*. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Subjek

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 106 orang perempuan pengguna *Facebook* di Denpasar. Hasil deskripsi subjek berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa jumlah pekerjaan paling banyak yaitu pekerja swasta dengan berjumlah 29 orang dan persentase 27,4%, kedua yaitu tenaga kontrak berjumlah 13 orang dengan persentase 12,3%, dan ketiga yaitu ibu rumah tangga berjumlah 9 orang dengan persentase 8,5%. Hasil deskripsi subjek berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan bahwa terbanyak subjek yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir S1 dengan jumlah subjek 57 orang dan persentase 53,8%.

Deskripsi Data Penelitian

Hasil penelitian variabel presentasi diri, *self esteem*, dan kecenderungan narsisme dapat dilihat pada tabel 1 (terlampir).

Hasil deskripsi statistik pada tabel 1 (terlampir) penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri memiliki nilai *mean* teoritis sebesar 60 dan nilai *mean* empiris sebesar 68,79 dengan nilai *t* sebesar 15,213 ($p=0,000$). Hal ini menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean empiris* dan *mean teoritis*. Nilai *mean* empiris yang diperoleh lebih besar daripada nilai *mean* teoritis hal ini mengindikasikan bahwa subjek memiliki taraf presentasi diri yang relatif tinggi dengan penyebaran rentang berkisar 66-78.

Hasil deskripsi statistik menunjukkan bahwa *self esteem* memiliki nilai *mean* teoritis sebesar 50 dan nilai *mean* empiris sebesar 59,35 dengan nilai *t* sebesar 18,963 ($p=0,000$). Hal ini menunjukkan perbedaan yang signifikan antara *mean empiris* dan *mean teoritis*. Nilai *mean* empiris yang diperoleh lebih besar daripada nilai *mean* teoritis mengindikasikan bahwa subjek memiliki taraf *self esteem* yang relatif tinggi dengan penyebaran rentang berkisar 55-65.

Hasil deskripsi statistik menunjukkan bahwa kecenderungan narsisme memiliki *mean* teoritis sebesar 8,5 dan nilai *mean* empiris sebesar 9,32 dengan nilai *t* sebesar 2,535 ($p=0,000$). Hal ini menunjukkan perbedaan yang signifikan antara *mean empiris* dan *mean teoritis*. Nilai *mean* empiris yang diperoleh lebih besar daripada nilai *mean* teoritis mengindikasikan bahwa subjek memiliki taraf kecenderungan narsisme yang relatif sangat tinggi dengan penyebaran rentang berkisar 11,5-17.

Uji Asumsi

Hasil uji normalitas dalam tabel 2 (terlampir) dapat diketahui bahwa ketiga variabel penelitian berdistribusi normal. Nilai *kolmogorv smirnov* dan nilai signifikansi presentasi diri sebesar 0,071 dan 0,200 ($p>0,05$). Nilai *kolmogorv smirnov* dan nilai signifikansi *self esteem* sebesar 0,076 dan 0,151 ($p>0,05$). Nilai *kolmogorv smirnov* dan nilai signifikansi kecenderungan narsisme sebesar 0,077 dan 0,144 ($p>0,05$).

Hasil uji linearitas dalam tabel 3 (terlampir) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel presentasi diri dengan variabel *self esteem* dengan signifikansi *linearity* sebesar 0,007 ($p<0,05$) dengan signifikansi *deviation from linearity* 0,076 ($p>0,05$).

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *VIF (Variance Inflation Factor)* dan *Tolerance*. Apabila nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai *VIF* ≤ 10 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2005). Hasil uji multikolinieritas pada tabel 4 (terlampir) menunjukkan bahwa *self esteem* dan kecenderungan narsisme memiliki *tolerance* 0,992 $>0,1$ dan nilai *VIF* 1,008 < 10 , sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Analisis regresi berganda digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antar variabel tergantung dan variabel bebas (Ghozali, 2016). Apabila probabilitas lebih kecil daripada 0,05 ($p<0,05$) maka variabel bebas berperan secara

signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan apabila probabilitas lebih besar ($p > 0,05$) maka variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Santoso, 2015). Hasil uji regresi berganda pada tabel 5 (terlampir) menunjukkan F hitung sebesar 7,370 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *self esteem* dan kecenderungan narsisisme secara bersama-sama berperan terhadap presentasi diri perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar.

Hasil uji regresi berganda dapat digunakan untuk melihat besar peran dari *self esteem* dan kecenderungan narsisisme terhadap presentasi diri. Besar peran dari kedua variabel dalam penelitian menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,354 dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,125. Hal ini menunjukkan *self esteem* dan kecenderungan narsisisme memiliki peran sebesar 12,5% terhadap presentasi diri dapat dilihat pada tabel 6 (terlampir).

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda juga dapat diperoleh hasil uji hipotesis minor untuk menganalisis peran *self esteem* dan kecenderungan narsisisme terhadap presentasi diri secara terpisah, yang dapat dilihat pada tabel 7 (terlampir). Pada tabel 7 dapat dilihat variabel nilai koefisien beta unstandarisasi pada variabel *self esteem* pada perempuan pengguna *facebook* lebih rendah dari nilai koefisien beta unstandarisasi pada variabel kecenderungan narsisisme ($0,108 < 0,163$). Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan narsisisme memiliki peran lebih besar terhadap presentasi diri subjek dibandingkan dengan *self esteem*. Nilai t sebesar 2,958 dan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$) pada variabel *self esteem* menunjukkan bahwa *self esteem* berperan secara mandiri terhadap presentasi diri. Nilai t sebesar 2,701 dan nilai signifikansi sebesar 0,008 ($p > 0,05$) pada variabel kecenderungan narsisisme menunjukkan bahwa kecenderungan narsisisme berperan secara mandiri terhadap presentasi diri.

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian, peneliti menggunakan teknik regresi berganda dan didapatkan hasil bahwa *self esteem* dan narsisisme berperan meningkatkan presentasi diri perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari nilai koefisien regresi (R) sebesar 0,354 dengan taraf signifikansi 0,001 ($p < 0,05$) dan koefisien determinasi sebesar 0,125 yang menunjukkan bahwa variabel *self esteem* dan narsisisme memberikan peran sebesar 12,5% terhadap variabel

presentasi diri. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa *self esteem* dan narsisisme menentukan 12,5% presentasi diri pada perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar dan 87,5% ditentukan oleh variabel atau faktor lain yang tidak ada dalam penelitian.

Variabel *self esteem* memiliki nilai koefisien beta unstandarisasi sebesar 0,108 dengan signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan *self esteem* berperan secara signifikan dalam presentasi diri pengguna *Facebook*. Secara konseptual, individu yang memiliki *self esteem* yang tinggi akan memiliki presentasi diri yang tinggi juga di *Facebook*. Hal ini dibuktikan dengan diterimanya hipotesis peneliti bahwa *self esteem* berperan secara signifikan dalam presentasi diri perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar. Banczyk, Kramer, dan Senokozlieva (2008) menemukan pengguna *My Space* yaitu salah satu media sosial sejenis *Facebook* yang memiliki *self esteem* tinggi menggunakan lebih banyak kata dalam mendeskripsikan diri individu sendiri dan lebih mengintegrasikan lebih banyak gambar atau foto individu. Pengaruh *self esteem* pada penelitian tersebut sejalan dengan pengaruh *self esteem* pada penelitian ini. Ketika melakukan pengambilan data, peneliti meminta akun *Facebook* subjek dan melihat akun tersebut sambil menunggu subjek mengisi skala. Banyak subjek yang menunjukkan intensitas yang cukup tinggi dalam mengomentari unggahan temannya dan mengunggah setiap kegiatan yang dilalui setiap harinya di *Facebook*.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Mehdizadeh (2010) yang menyatakan bahwa individu dengan *self esteem* yang rendah memiliki intensitas yang lebih tinggi dalam melakukan presentasi diri di media sosial, seperti mengakses dan mengunggah foto. Sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan *self esteem* yang tinggi lebih mendorong presentasi diri yang lebih tinggi juga. Hasil penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian Kramer dan Winter (2008) bahwa *self esteem* tidak berkaitan dengan presentasi diri seseorang di media sosial. Presentasi diri yang dilakukan hanya sebagai kepentingan sosial dan hubungan timbal balik antar individu saja. Penelitian ini menemukan peran yang positif antara *self esteem* dan presentasi diri. Zhang (2015) menemukan bahwa *self esteem* berhubungan dengan presentasi diri namun hubungan yang dimiliki bersifat negatif. Ketika *self esteem* individu rendah, maka semakin tinggi presentasi diri yang dilakukan di *Facebook* karena individu dengan *self esteem* yang rendah merasa lebih nyaman melakukan presentasi diri melalui media sosial dibandingkan secara langsung.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat terjadi karena beberapa faktor,

diantara faktor usia, pendidikan, dan pekerjaan. Penelitian ini menggunakan subjek dengan usia dewasa awal sedangkan penelitian sebelumnya rata-rata menggunakan usia remaja. Terdapat perbedaan antara usia remaja dengan dewasa awal. Pada masa dewasa awal, individu mengalami puncak performa secara fisik (Santrock, 2012). Terdapat aitem-aitem *self esteem* yang mengaitkan dengan penampilan secara fisik. Terjadi puncak performa fisik menandakan kematangan secara fisik yang dialami oleh individu sehingga individu tidak merasakan rendah diri secara fisik sehingga meningkatkan *self esteem* yang dimiliki individu.

Faktor pendidikan juga memengaruhi *self esteem* individu. Penelitian yang dilakukan oleh Bulut, Gurkan, dan Sevil (dalam Ilmaz dan Bara, 2010) menyebutkan bahwa semakin rendah tingkat pendidikan seseorang, semakin rendah pula *self esteem* yang individu miliki. Pada penelitian ini, pendidikan terakhir terbanyak adalah S1 dengan jumlah subjek 57 orang dan persentase 53.8%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan subjek termasuk tinggi sehingga berdampak pada *self esteem* yang tinggi.

Menurut Baruch, Barnett, dan Rivers (1983), penghasilan yang sesuai dengan pekerjaan individu akan meningkatkan *self esteem* individu tersebut. Aro dan Nurmi (2007) juga menyebutkan bahwa *self esteem* yang tinggi terlihat pada seseorang yang memiliki pekerjaan permanen dan berpenghasilan tinggi. Pada penelitian ini, subjek rata-rata sudah bekerja dan pekerjaan paling banyak adalah pekerja swasta dengan banyak subjek 29 orang dan persentase 27,4%. Dapat diartikan bahwa subjek pada penelitian ini memiliki *self esteem* yang tinggi karena telah mendapatkan pekerjaan dan menghasilkan uang sendiri dimana hal tersebut termasuk dalam tugas perkembangan dewasa awal. Hal tersebut sudah tercapai sehingga meningkatkan *self esteem* individu.

Variabel kecenderungan narsisisme memiliki koefisien unstandarisasi sebesar 0,163 dan taraf signifikansi sebesar 0,008 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan narsisisme berperan dalam meningkatkan presentasi diri perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar. Pada hasil uji regresi berganda nilai koefisien beta unstandarisasi dari kecenderungan narsisisme adalah 0,163 dan nilai koefisien beta unstandarisasi dari *self esteem* adalah 0,108. Hal ini menunjukkan peran kecenderungan narsisisme lebih besar terhadap presentasi diri dibandingkan dengan peran *self esteem*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pangastuti (2015) bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan narsisisme dengan presentasi diri pengguna *Facebook*. Semakin tinggi

kecenderungan narsisisme yang dimiliki, semakin tinggi juga presentasi diri yang dimiliki pengguna *Facebook*. Ketika seseorang memiliki kecenderungan narsisisme yang tinggi, maka akan mempengaruhi bagaimana penampilannya di media sosial *Facebook*. Penampilan foto profil dan foto yang diunggah akan dibuat semenarik mungkin dan mereka memperhatikan dari penampilan fisik, pakaian, hingga latar foto tersebut agar lebih berkesan dan menarik dibandingkan orang lain. Semua itu sesuai dengan salah satu aspek dalam presentasi diri yaitu penampilan muka (*proper front*). Hal ini sejalan dengan pernyataan Ong (2011) yang mengatakan bahwa narsisisme mempengaruhi secara keseluruhan penampilan pada fitur-fitur utama *Facebook* seseorang. Individu yang lebih memiliki kecenderungan narsisisme dinilai memiliki foto profil yang lebih menarik secara fisik dibandingkan mereka yang memiliki kecenderungan narsisisme rendah.

Facebook bisa disebut menjadi salah satu media berkembang perilaku narsisisme karena orang bebas dalam melakukan apa saja di *Facebook* di bawah kontrol mereka sendiri sehingga perilaku apapun dibenarkan selagi mereka menganggap hal tersebut di bawah kontrol mereka. Pernyataan tersebut sependapat dengan Mehdizadeh (2010) yang mengatakan bahwa media sosial seperti *Facebook* adalah wadah yang pas untuk berkembang perilaku narsisisme karena *Facebook* menyediakan hubungan pertemanan yang dangkal (teman *virtual*), komunikasi emosional yang bebas (dinding *Facebook*, unggahan, dan komentar) serta ruang lingkup *Facebook* bisa di kontrol oleh penggunanya sehingga individu bisa mengontrol presentasi diri sesuai dengan yang diinginkannya.

Subjek pada penelitian ini seluruhnya adalah perempuan. Perempuan dikatakan memiliki kecenderungan lebih aktif dalam bersosialisasi di media sosial seperti *Facebook* dibandingkan dengan laki-laki. Perempuan menggunakan *Facebook* sebagai sarana berkomunikasi baik dengan orang lama maupun yang baru dikenal. Mereka lebih tertarik dalam hal mengetahui aktivitas-aktivitas yang dilakukan orang lain dibandingkan laki-laki. Penggunaan foto profil, memposting foto, dan fasilitas *Facebook* lainnya dijadikan sarana untuk membentuk kesan dan presentasi diri mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh McAndrew dan Jeong (2012) yang menyatakan bahwa perempuan lebih aktif di *Facebook* dibandingkan dengan laki-laki. Penelitian Stefanone, Lackaff, dan Rosen (2011) serta Kittinger, Coreia, dan Irons (2012) menyatakan bahwa perempuan menggunakan *Facebook* untuk membangun dan memelihara jejaring sosial mereka, serta berbagi banyak foto.

Mereka lebih tertarik untuk mengetahui aktivitas orang lain dan menggunakan foto profil mereka sebagai sarana untuk manajemen kesan (McAndrew & Jeong, 2012). Hal ini didukung dengan akun-akun subjek yang sempat dilihat peneliti dimana subjek sering berbagi komentar dan foto dengan sesama perempuan. Hanya terdapat sedikit komunikasi yang dilakukan dengan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen perempuan terhadap *Facebook* lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

Pada hasil penelitian ini, koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,125 yang menunjukkan bahwa variabel *self esteem* dan kecenderungan narsisisme memberikan peran sebesar 12,5% terhadap variabel presentasi diri. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada 87,5% variabel lainnya yang berperan terhadap presentasi diri. Kramer & Winter (2008) menjelaskan bahwa ada tiga ciri-ciri kepribadian yang telah terbukti memengaruhi presentasi diri seseorang, yaitu: *self esteem* atau harga diri, *extraversion*, dan *self efficacy*. Penelitian Kramer (2008) menunjukkan bahwa kepribadian *extraversion* memengaruhi presentasi diri seseorang dimana ketika variabel ini tinggi maka seseorang lebih ramah sehingga memiliki banyak teman, semangat, antusias, dan komunikatif. Sebaliknya jika variabel ini rendah maka individu tidak percaya diri dan cenderung pendiam. Individu dengan kepribadian yang ramah serta komunikatif, presentasi diri individu tersebut di media sosial akan baik. Akan tetapi, jika individu pendiam dan malu dalam mengekspresikan diri, maka presentasi diri dalam media sosial akan kurang baik.

Disetiap penelitian pasti memiliki kekurangan dan keterbatasan. Ellison, Steinfield, dan Lempe (2007) mengatakan bahwa intensitas individu dalam menggunakan *Facebook* dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya *self esteem* penggunaannya. Hasil penelitian ini memperlihatkan perempuan pengguna *Facebook* di Denpasar memiliki *self esteem* yang tinggi, namun tidak melihat dari intensitas penggunaan *Facebook*. Hal ini membuat pertanyaan baru apakah para pengguna *Facebook* ini memiliki intensitas yang tinggi dalam mengakses facebook atau tidak sehingga *self esteem* yang mereka miliki tinggi. Hal ini tidak disertakan dalam penelitian yang dilakukan sehingga menjadi cacatan dan menjadi kekurangan dalam penelitian ini.

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis dan analisis data dari penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *self esteem* dan kecenderungan narsisisme berperan meningkatkan presentasi diri pada perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar, *self*

esteem berperan mandiri dalam meningkatkan presentasi diri pada perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar, kecenderungan narsisisme berperan mandiri dalam meningkatkan presentasi diri pada perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar, dibandingkan dengan variabel *self esteem*, variabel kecenderungan narsisisme lebih berperan dalam meningkatkan presentasi diri pada perempuan pengguna *Facebook* usia dewasa awal di Denpasar.

Penelitian dapat memberikan masukan kepada para pengguna *Facebook* agar paham bahwa dampak negatif penggunaan media sosial tidak hanya pada remaja saja tetapi juga dewasa. Perlu lebih berhati-hati dalam mengikuti perkembangan teknologi karena sesuatu yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang buruk. Menampilkan diri yang baik pada orang lain adalah hal yang bagus, namun bukan berarti harus memanipulasinya demi mencapai keinginan diri yang ideal. Memiliki rasa cinta pada diri sendiri penting, namun bukan berarti menganggap diri paling terbaik. Individu juga perlu memperbanyak sosialisasi secara langsung terutama dengan orang sekitar. Perbanyak bersosialisasi dengan orang-orang yang berbeda status dan pekerjaan sehingga dapat melihat hal berbeda selain hal yang biasanya dilihat. Menjadikan media sosial sebagai sarana dalam berkomunikasi yang efektif bukan yang pertama.

Penelitian dapat memberikan masukan kepada masyarakat yang tidak menggunakan media sosial dan dikelilingi orang-orang sekitar yang menggunakan media sosial untuk lebih peka dalam melihat perubahan tingkah laku pengguna media sosial jika terlihat perubahan yang ditunjukkan mulai ke arah negatif. Berikan masukan terkait perilakunya jika memang diperlukan agar mereka memiliki gambaran dan pengingat karena orang terdekat yang paling pertama bertemu dan bersosialisasi dengan individu. Selain itu jika masyarakat menggunakan media sosial perlu berhati-hati dalam perkembangan media sosial saat ini agar tidak menimbulkan hal-hal yang buruk dan menggunakan media sosial secara bijak.

Penelitian dapat memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang dapat memengaruhi presentasi diri pada pengguna *Facebook* seperti kepribadian *extrovert* dan citra diri yang mungkin lebih berperan dibandingkan dengan variabel di penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. & Yudiati, M. E. A. (2009). Harga diri dan kecenderungan narsisme pada pengguna *friendster*. *Jurnal Psikodimensia*, 3(1). Diakses pada

- <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/p-siko/article/view/400>. Diakses tanggal 24 November 2018.
- Alwisol. (2011). *Psikologi kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Aro, K. S., & Nurmi, J. (2007). Self-esteem during university studies predicts career characteristic 10 years later. *Journal of Vocational Behavior*.
- Azwar, S. (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Banczyk, B., Kramer, N. & Senokozlieva, M. (2008). The worst meets “ fatless” in My Space: the relationship between self-esteem, personality, and self-presentation in an online community. *Cyberpsychology, Behavior, and Social*. Canada. Diakses pada http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_ap_a_research_citation/2/3/2/8/0/p232801_index.html. Diakses tanggal 1 April 2019.
- Baruch., Barnett. & Rivers. (1983). Women’s self-definition in adulthood: from a different model?. *Research article*. Diakses pada <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1471-6402.1986.tb00753.x>. Diakses tanggal 30 Juli 2019.
- Buffardi, L. E. & Campbell, W.K. (2008). Narcissism and social networking websites. *Personality and social psychology bulletin*.
- Dayakisni, T. & Hudaniah. (2009). *Psikologi sosial edisi revisi*. Malang: UMM Press.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2011). Connection strategies: social capital implication of facebook-enabled communication practices. *Special Edition Journal*. Michigan University:USA.
- Feldman, S. R. (1995). *Social psychology*. New Jersey: A Simaon & Schuster Company. Englewood Cliffs.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan spss*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hardini, A. P. (2010). *Hubungan antara citra diri melalui foto profil dengan harga diri mahasiswa pengguna facebook fakultas psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Jakarta: Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah.
- Kittinger, R., Correria, C. J. & Irons, J. G. (2012). Relationship between facebook use and problematic internet use among college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 15. Diakses pada <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22703039>. Diakses tanggal 4 Maret 2019.
- Kompas. (2015). Pemilik akun facebook paling aktif adalah ibu-ibu. Diakses pada <https://lifestyle.kompas.com/read/2015/12/02/203300820/Pemilik.Akun.Facebook.Paling.Akti.f.adalah.Ibu>. Diakses tanggal 9 Maret 2019.
- Kramer, N. C. & Winter, S. (2008). Impression management 2.0: the relationship of self- esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. Diakses pada <https://psycnet.apa.org/record/2008-12084-003>. Diakses tanggal 10 Maret 2019.
- McAndrew, F. T. & Jeong, H. S. (2012). Who does what on facebook? age, sex, and relationship status as predictors of facebook use. *Computers in Human Behavior*. 28(6). Diakses pada <https://psycnet.apa.org/record/2012-24111-019>. Diakses tanggal 16 Februari 2019.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: narcissism and self esteem on facebook. *Journal Departemen of Psychology*. Canada: New York University. Diakses pada <https://pdfs.semanticscholar.org/1710/71069cb3b58cfe8e38232c25bfa99f1bfdf5.pdf>. Diakses tanggal 1 April 2019.
- Michikyan, K. S. M. & Dennis, J. (2014). Can you tell who i am? neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Jurnal Computers in Human Behavior*. California State University. Diakses pada <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214000156>. Diakses tanggal 1 Januari 2019.
- Minchinton, G. (1993). *Maximum self-esteem*. Kuala Lumpur: Golden Books Center.
- Myers, D.G. (2012). *Psikologi sosial*. 10(1). Jakarta: Salemba Humanika.
- Ong, A. (2011). World cities: asian experiments and the art of being global. *International of Urban and Regional Research*. Oxford. Diakses pada https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1468-2427.2012.01216_2.x. Diakses tanggal 10 Maret 2019.
- Ofcom. (2008). Diakses pada <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/internet-and-on-demand-research/internet-use-and-attitudes/social-networking>. Diakses tanggal 8 Maret 2019.
- Pangastuti, H. (2015). *Hubungan antara narsisme dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial facebook*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses pada <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/2694>. Diakses tanggal 1 September 2018.
- Pramesti, K. S. A. (2018). *Faktor internal yang memengaruhi presentasi diri perempuan dewasa awal pengguna facebook di Denpasar*. Artikel tidak dipublikasikan. Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana.
- Rouis, S., Limayem, M. & Salehi-Sangari, E. (2011). Impact of facebook usage on students’ academic achievement: role of self-regulation and trust. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. Diakses pada <http://investigacionpsicopedagogica.org/revi>

- sta/articulos/25/english/Art_25_620.pdf.
Diakses tanggal 8 Februari 2019.
- Santoso, S. (2015). *Panduan lengkap menguasai statistik dengan spss*. Jakarta: PT. Elex Media Komputo.
- Santrock, J. W. (2002). *Life-span development:perkembangan masa hidup*. 5. Penerjemah. Achmad, C. Juda, D. Herman, S. Y. S. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, S.W. & Meinarno, E.A. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Socialbakers. (2018). Facebook stat in Indonesia. Diakses pada <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/indonesia/media/social-media/>. Diakses tanggal 24 Mei 2018.
- Stefanone, M., Lackaff, D. & Rosen, D. (2011). Contingencies of self-worth and social-networking-site behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social*. DOI: 10.1089/cyber.2010.00499. Diakses pada <https://www.semanticscholar.org/paper/Contingencies-of-Self-Worth-and-Behavior-StefanoneLackaff/c33f676283a5e1a8ed91cd878b4f29d4f4e9c066>. Diakses tanggal 9 Maret 2019.
- Sukiwun, H. H. S., Ritzky, K., & Brahmana. (2014). *Pengaruh fasilitas media facebook terhadap product browsing*.
- Suwarno, W. (2009). *Psikologi Perpustakaan*. Jakarta : Sagung Seto.
- Vaknin, S. (2008). *The big book of nlp, expanded : 200 + techniques,patterns & strategies of neuro linguistic programming*. Inner Path Publishing.
- Zhang, H. (2015). Gender, personality, and self esteem as predictors of social media presentation. *Tesis*. East Tennessee State University. Diakses pada <https://www.semanticscholar.org/paper/Gender%2C-Personality%2C-and-Self-Esteem-asPredictorsZhang/be4b597fe6b6b26b8aa69a9d9146d2b0a14e5e60>. Diakses tanggal 22 Maret 2019.

LAMPIRAN

Tabel 1.

Deskripsi Data Penelitian

Variabel Penelitian	Mean Teoritis	Mean Empiris	StandarD eviasi Teoritis	StandarD eviasi Empiris	Sebaran Teoritis	Sebaran Empiris	t (sig)
Presentasi Diri	60	68,79	12	5,955	42-78	59-86	15,213 (p=0,000)
<i>Self Esteem</i>	50	59,35	10	5,214	35-65	46-69	18,963 (p=0,000)
Kecenderungan Narsisisme	8,5	9,32	1,7	3,377	5,95-11,05	1-17	2,535 (p=0,000)

Tabel 2.

Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorv-Smirnov	Sig.	Kesimpulan
Presentasi Diri	0,071	0,200	Data Normal
<i>Self Esteem</i>	0,076	0,151	Data Normal
Kecenderungan Narsisisme	0,077	0,144	Data Normal

Tabel 3.

Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearitas	Deviation from Linearity	Kesimpulan
Presentasi Diri* <i>Self Esteem</i>	0,007	0,076	Data linear

Tabel 4.

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
<i>Self Esteem</i>	0,992	1,008	Tidak terjadi multikolinearitas
Kecenderungan Narsisisme	0,992	1,008	Tidak terjadi multikolinearitas

Tabel 5.

Hasil uji Regresi Berganda

	Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	464.476	2	232.238	7,370	0,001
<i>Residual</i>	3245.533	103	31.510		
Total	3710.009	105			

Tabel 6.

Besaran Sumbangan Variabel Bebas terhadap Variabel Tergantung

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,354	0,125	0,108	5,61338

Tabel 7.

Hasil Uji Hipotesis Minor dan Garis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	45.713	6.740		6.783	0.000
<i>Self Esteem</i>	0.319	0.108	0.274	2.958	0.004
Kecenderungan Narsisisme	0.441	0.163	0.250	2.701	0.008