

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Orientasi Kanchah dan Persiapan Penelitian

##### 1. Orientasi Kanchah

Tanggal 24 Juni 2024 sampai dengan 1 Juli 2024, peneliti melakukan pengambilan data pada pengguna instagram dewasa awal di Indonesia. Akan tetapi, penyebaran lokasi tidak dapat terdeteksi secara detail sehingga menjadi limitasi pada penelitian ini. Kondisi pengguna instagram dewasa awal sedang mengalami beberapa perubahan baik secara fisik dan psikologis, serta berkurangnya kemampuan dalam reproduktif. Ciri-ciri dewasa awal yaitu adanya harapan sosial baru, memainkan peran baru, mengembangkan sikap baru, serta penyesuaian diri terkait nilai-nilai dan keinginan. Peneliti melakukan pengambilan data menggunakan *google form* dan disebarluaskan melalui media sosial peneliti yaitu twitter, Instagram, facebook, whatsapp dan telegram. *Google form* berisi beberapa bagian penting seperti *informed consent*, identitas diri, usia, intensitas penggunaan instagram, skala harga diri dan presentasi diri, dan bagian penutup.

##### 2. Persiapan Penelitian

###### a. Persiapan Administrasi

Fase persiapan administrasi ini yaitu yang pertama menetapkan karakteristik subjek penelitian. Karakteristik subjek

yang ditetapkan yaitu pengguna Instagram aktif usia dewasa awal (18-40 tahun). Pengambilan data dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan bantuan *google form* dan halaman persetujuan (*informed consent*) sebagai bentuk persetujuan bahwa subjek yang terlibat dalam penelitian terjaga segala kerahasiaan datanya.

#### b. Persiapan Alat Ukur Penelitian

##### 1) Skala harga diri

Skala harga diri menggunakan teori dari (Rosenberg, 1965), peneliti menyusun indikator sebanyak 4 indikator dari 2 aspek harga diri menurut (Rosenberg, 1965). Masing-masing aspek terdiri dari 2 indikator dan setiap indikator disusun oleh peneliti sebanyak 10 item sehingga total item yang dibuat untuk skala harga diri yaitu sebanyak 20 item. Peneliti melakukan *expert judgment* dan review eksternal untuk melakukan evaluasi dari skala yang telah dibuat oleh peneliti. Peneliti melakukan uji validitas berdasarkan hasil *expert judgment* dengan menggunakan Aikens-V dengan hasil 4 item skala harga diri gugur yaitu item nomor 7,8,17, dan 19.

Item yang tersisa dari skala harga diri yaitu sebanyak 16 item dan peneliti melakukan *tryout* skala yang telah disusun pada subjek pengguna Instagram. Peneliti melakukan uji reliabilitas skala harga diri sehingga item skala harga diri tersisa 10 item, 1

aitem *unfavorable* yaitu item nomor 9 dan 9 aitem *favorable* yaitu nomor 1,6,7,10, 13,14,16,18,20.

## 2) Skala presentasi diri

Skala presentasi diri menggunakan teori dari (Michikyan, dkk 2014) peneliti menyusun indikator sebanyak 9 indikator dari 3 aspek harga diri menurut (Michikyan, dkk 2014). Masing-masing aspek terdiri dari 3 indikator dan setiap indikator disusun oleh peneliti sebanyak 18 item sehingga total item yang dibuat untuk skala presentasi diri yaitu sebanyak 54 item. Peneliti melakukan *expert judgment*, review eksternal dan uji keterbacaan ahli untuk melakukan evaluasi dari skala yang telah dibuat oleh peneliti. Peneliti melakukan uji validitas berdasarkan hasil *expert judgment* dengan menggunakan *Aikens-V* dengan hasil 17 item skala presentasi diri gugur yaitu nomor 4,8,10,20,21,25,27,32,33,34,35,37,45,47,49,53,54.

Item yang tersisa dari skala presentasi diri yaitu sebanyak 37 item dan peneliti melakukan *tryout* skala yang telah disusun pada subjek pengguna Instagram. Peneliti melakukan uji reliabilitas skala harga diri sehingga item skala harga diri tersisa 21 item. 1 aitem *unfavorable* yaitu item nomor 45 dan 20 item *favorable* yaitu nomor 1,3,4,11,14,15,18,19,21,25,28,30,32,33 43,44,46,49,51, dan 52.

### c. Uji coba alat ukur

Uji coba alat ukur dilakukan dengan metode *tryout*. Tujuan dari pengujian ini adalah menilai validitas dan reliabilitas alat ukur penelitian. Pengujian alat ukur dilaksanakan tanggal 11 Juni 2024 melibatkan 50 responden. Setelah alat ukur diuji coba, Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas menggunakan SPSS *for windows 25*.

### d. Hasil uji coba alat ukur penelitian

#### 1) Skala harga diri

Hasil uji coba pada skala harga diri dengan menghitung reliabilitas menggunakan *alpha cronbach's* bahwa nilai reliabilitas pada skala harga diri yaitu 0,838 yang dimana hasil reliabilitas ini menunjukkan reliabilitas yang cukup tinggi. Berikut tabel *blue print* harga diri setelah dilakukan uji coba:

**Tabel 4.1 Blue print harga diri setelah uji coba**

Aspek	Butir <i>favorable</i>		Butir <i>unfavorable</i>	
	Nomor item	Jumlah	Nomor item	Jumlah
<b>Penerimaan diri</b>	1 6,7,10	4	- 9	1
<b>Penghormatan diri</b>	13,14 16,18,20	5	-	-
		<b>9</b>		<b>1</b>

## 2) Skala presentasi diri

Hasil uji coba pada skala presentasi diri dengan menghitung reliabilitas menggunakan *alpha cronbach's* bahwa nilai reliabilitas pada skala presentasi diri yaitu 0,913 yang dimana hasil reliabilitas ini menunjukkan reliabilitas yang cukup tinggi. Berikut tabel *blue print* presentasi diri setelah dilakukan uji coba.

**Tabel 4.2 Blue print presentasi diri setelah uji coba**

Aspek	Butir <i>favorable</i>		Butir <i>unfavorable</i>	
	Nomor item	Jumlah	Nomor item	Jumlah
<i>Real self</i>	1,3,4 11 14,15, 18	7	-	-
<i>Ideal self</i>	19,21 25,28,30 32,33	7	-	-
<i>False self</i>	43,44,46 49,51,52	6	45	1
		<b>20</b>		<b>1</b>

## B. Laporan dan Hasil Penelitian

Pengambilan data dilakukan mulai tanggal 24 Juni 2024 hingga tanggal 1 Juli 2024. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan menggunakan *platform google form* yang berisi *informed consent*, kuesioner harga diri dan presentasi diri pada pengguna Instagram. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan link kuesioner di media sosial peneliti yaitu di twitter, Instagram, facebook, whatsapp dan

telegram. Pada penelitian ini memiliki kriteria subjek pengguna Instagram aktif. Jumlah total responden sebanyak 200 orang.

## C. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Responden Penelitian

Data penelitian menunjukkan bahwa terdapat 200 orang yang mengisi kuesioner. Berikut adalah daftar sebaran responden:

*Tabel 4.3 Deskripsi responden berdasarkan usia*

Usia	N	Presentase (%)
18-24 tahun	168	84%
25-34 tahun	27	13,5%
35-40 tahun	5	2,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan sebaran responden berdasarkan usia pengguna aktif Instagram, memperoleh hasil data akumulasi usia 18-24 tahun sebanyak 168 responden dengan presentase 84%, kemudian usia 25-34 tahun sebanyak 27 presentase 13,5% dan usia 35-40 tahun sebanyak 5 presentase 2,5%.

*Tabel 4.4 Deskripsi responden berdasarkan intensitas*

Akumulasi unggahan	N	Presentase (%)
1x dalam sehari	163	81,7%
3x dalam sehari	24	11,9%
Lebih dari 3x sehari	13	6,4%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan sebaran responden mengenai akumulasi unggahan foto atau video setiap harinya, bahwa memperoleh hasil data akumulasi

unggahan 1x dalam sehari sebanyak 163 responden dengan presentase 81,7%, kemudian akumulasi unggahan 3x dalam sehari sebanyak 24 responden dengan presentase 11,9% dan akumulasi unggahan lebih dari 3x dalam sehari sebanyak 13 responden dengan presentase 6,4%.

**Tabel 4.5 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis kelamin	N	Presentase (%)
Laki-laki	48	23,8%
Perempuan	152	76,2%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan jenis kelamin, diperoleh hasil berdasarkan data yaitu responden laki-laki sebanyak 48 presentase 23,8% sedangkan perempuan sebanyak 152 presentase sebanyak 76,2%.

## 2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang data penelitian serta mempermudah untuk melakukan interpretasinya.

**Tabel 4.6 Deskripsi data penelitian**

Variabel	Hipotetik Min	Max	Mean	SD	Empirik Min	Max	Mean	SD
Harga diri	10	50	30	6,7	14	50	39,06	4,995
Presentasi diri	21	105	63	14	25	105	83,33	11,367

### Keterangan:

Skor hipotetik: diperoleh dari skala

Skor empirik: diperoleh dari hasil penelitian

Mengacu pada tabel yang telah disajikan di atas, deskripsi data digunakan untuk mengklasifikasikan skor responden berdasarkan masing-masing variabel. Tujuan kategorisasi adalah untuk membagi individu ke dalam kelompok berdasarkan karakteristik yang di ukur. Rumus norma sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Rumus Norma Kategorisasi**

No	Kategorisasi	Rumus Norma
1	Sangat Rendah	$X < M - 1,8 \sigma$
2	Rendah	$M - 1,8 \sigma \leq X < M - 0,6 \sigma$
3	Sedang	$M - 0,6 \sigma \leq X < M + 0,6 \sigma$
4	Tinggi	$M + 0,6 \sigma \leq X < M + 1,8 \sigma$
5	Sangat Tinggi	$X > M + 1,8 \sigma$

Keterangan:

X : total skor

M : rata-rata

$\sigma$  : standar deviasi

Langkah yang di ambil selanjutya adalah mengkategorisasikan jawaban responden kedalam lima kategorisasi yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Presentil untuk kategorisasi tiap variabel**

No	Kategorisasi	Harga diri	Presentasi diri
1	Sangat Rendah	$X < 18$	$X < 38$
2	Rendah	$18 \leq X < 26$	$38 \leq X < 55$
3	Sedang	$26 \leq X < 37$	$55 \leq X < 71$
4	Tinggi	$37 \leq X < 42$	$71 \leq X < 88$
5	Sangat Tinggi	$X > 42$	$X > 88$

**Tabel 4.9 Kategorisasi Data Penelitian Tiap Variabel**

Kategorisasi	Harga Diri		Presentasi Diri	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Rendah	1	0,5%	2	1%
Rendah	1	0,5%	3	1,5%
Sedang	65	32,5%	16	8%
Tinggi	86	43%	109	54,5%
Sangat Tinggi	47	23,5%	70	35%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari kategorisasi variabel harga diri kategori sangat rendah sebanyak 1 presentase sebanyak 0,5%, rendah sebanyak 1 orang dengan presentase 0,5%, kategori sedang sebanyak 65 presentase 32,5%, kategori tinggi sebanyak 86 presentase sebanyak 43% dan kategori harga diri sangat tinggi sebanyak 47 dengan presentase 23,5%. Sedangkan hasil kategorisasi variabel presentasi diri yaitu responden tingkat presentasi diri sangat rendah 2 orang presentase 1%, responden dengan presentasi diri rendah 3 orang presentase 1,5%, responden dengan presentasi diri sedang 16 orang dengan presentase 8%, responden dengan presentasi diri tinggi 109 presentase 54,5% dan memiliki Tingkat presentasi diri sangat tinggi sebanyak 70 orang dengan presentase 35%.

### 3. Uji Asumsi

#### a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas penelitian ini menggunakan *kolmogrov-smirnov* test yang dianalisa menggunakan SPSS versi 25. Data penelitian dikatakan normal jika nilai (sig.) lebih besar dari 0,05 (Sugiyono, 2019)

**Tabel 4.10 Hasil uji normalitas *kolmogrov-smirnov***

Variabel	Sig.	Interpretasi
Harga diri	0,000	<b>Tidak normal</b>
Presentasi diri	0.000	<b>Tidak normal</b>

Berdasarkan uji normalitas, hasilnya menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, Karena 0,00 kurang dari 0,05.

#### 4. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui secara pasti apakah ada hubungan antara variabel bebas yaitu harga diri (X) dengan variabel tergantung presentasi diri (Y) pada pengguna Instagram. Uji hipotesis menggunakan teknik *rank-spearman* dikarenakan tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Uji hipotesis *rank-spearman* adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Uji koefisien korelasi *rank-spearman* adalah uji statistic untuk menguji dua variabel yang berdata nominal, ordinal, ataupun rasio. Selain itu, tujuan untuk analisis korelasi *rank-spearman* yaitu untuk melihat kekuatan hubungan dua variabel, melihat arah atau jenis hubungan dua variabel, dan melihat hubungan tersebut signifikan atau tidak. (Vusvitasari et al., 2020). Proses uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.

**Tabel 4.11 Hasil uji korelasi rank-spearman**

Variabel	Koefisien korelasi (r)	Signifikansi	Interpretasi
Harga diri dan presentasi diri	0,701	0,000	<b>Ada hubungan yang sangat signifikan</b>

Berdasarkan hasil uji korelasi *rank-spearman* diperoleh nilai koefisien korelasi yaitu  $p$  0,00 ( $p < 0,05$ ) maka terhadap korelasi signifikan antar variabel. Sementara nilai koefisien korelasi  $r$  0,701 berdasarkan tingkat kekuatan korelasi berada pada hubungan yang kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara harga diri dengan presentasi diri dengan hubungan yang positif. Dengan demikian, hipotesis yang peneliti ajukan diterima.

**Tabel 4.12 Hasil uji koefisien determinasi**

Variabel	R	R Squerred
Harga diri dan presentasi diri	0,720	0,519

Berdasarkan hasil uji determinasi di atas, diperoleh hasil dari R Squerred sebesar 0,519 atau 51% artinya pengaruh variabel harga diri terhadap presentasi diri cukup mempengaruhi.

## 5. Uji Tambahan

Uji tambahan menggunakan uji independent samples T-test yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan signifikan antara dua kelompok atau populasi. Berikut merupakan hasil dari uji samples T-test:

**Tabel 4.13** Hasil uji *independent samples T-test*

Variabel	Levene's test of	t-test for equality of	Keterangan
	equality of variances	variances	
	Sig.	Sig.	
Harga diri	0,554	0,642	Data homogen, perbedaan tidak bermakna
Presentasi diri	0,556	0,559	Data homogen, perbedaan tidak bermakna

Berdasarkan hasil uji *independent samples T-test* pada variabel harga diri dan presentasi diri berdasarkan jenis kelamin. Dapat diketahui bahwa nilai sig. levene's test sebesar  $0,554 > 0,005$  maka diasumsikan bahwa data harga diri homogen, sedangkan nilai sig. t-test sebesar  $0,642 < 0,05$  maka dapat diasumsikan bahwa tidak ada perbedaan yang bermakna. Variabel presentasi diri nilai sig. levene's test sebesar  $0,556 > 0,005$  maka diasumsikan bahwa data harga diri homogen, sedangkan nilai sig. t-test sebesar  $0,559 < 0,05$  maka dapat diasumsikan bahwa tidak ada perbedaan yang bermakna. Maka, dapat disimpulkan bahwa, tidak ada perbedaan bermakna jenis kelamin terhadap variabel harga diri dan presentasi diri.

#### D. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram. Hipotesis pada penelitian ini dinyatakan diterima karena nilai (sig)  $< 0,05$ . Pada penelitian ini terdapat hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri pada

pengguna Instagram, dimana semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi juga presentasi diri dan begitupun sebaliknya.

Hasil pada penelitian ini pengguna instagram memiliki tingkat harga diri yang tinggi dan pengguna instagram memiliki tingkat presentasi diri yang tinggi juga. Harga diri mempengaruhi terhadap presentasi diri, individu yang memiliki harga diri tinggi memiliki rasa percaya diri yang lebih sehingga mendorong melakukan presentasi diri di instagram. Dengan memiliki harga diri yang tinggi pula, individu akan lebih selektif dalam memilih unggahan yang akan ditampilkan dalam melakukan presentasi diri.

Sejalan dengan penelitian Zenita (2019) dan Effendi (2023) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri. Semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi juga presentasi diri dan begitupula sebaliknya. Individu yang memiliki harga diri yang tinggi dapat mempengaruhi bagaimana individu dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain, individu tersebut cenderung lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri seperti berbicara didepan umum, menampilkan video atau foto di media sosial dan percaya diri menampilkan diri sendiri secara positif sehingga akan meyakinkan subjek yang dituju.

Temuan lain, sejalan dengan penelitian Latupeirissa & Wijono (2022) menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara harga diri dengan presentasi diri. Menurut Rosenberg (Rozika, 2016) menyatakan bahwa harga diri sebagai faktor penunjang dalam melakukan presentasi diri dengan melihat citra diri orang lain dan membandingkan pada dirinya sendiri.

Presentasi diri yang dilakukan oleh individu memiliki banyak macamnya. Memiliki banyak strategi yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Instagram bisa menjadi media melakukan *personal branding* melalui foto atau video, caption, dan interaksi antar pengguna instagram lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pradita & Kristanty, 2018) dengan judul media sosial instagram sebagai presentasi diri.

Presentasi diri berkaitan dengan harga diri, karena salah satu faktor dari presentasi diri yaitu harga diri (Mehdizadeh, 2010). Harga diri adalah suatu evaluasi baik secara positif maupun negatif terhadap diri sendiri, dengan kata lain bahwa harga diri adalah bagaimana individu dalam memandang dirinya sendiri. ketika individu menilai dirinya sendiri sebagai seseorang yang positif atau negatif, maka penilaian tersebut akan mempengaruhi terhadap perilaku dirinya (Rosenberg, 1995).

Menurut Field (Mu'awanah, 2014) Harga diri yang tinggi, sehat, atau positif dapat terbentuk ketika seseorang mampu menggunakan pengalaman hidupnya untuk mengontrol tujuan hidup. Pengalaman terdiri dari empat dimensi utama: spiritual, mental, emosional, dan fisik. Pengalaman spiritual berkaitan dengan kesadaran atau hubungan seseorang dengan kekuatan hidup. Pengalaman mental berhubungan dengan pemahaman atau intelektual. Pengalaman emosional melibatkan perasaan. Pengalaman fisik terkait dengan tingkah laku atau aksi. Setiap dimensi ini saling berinteraksi dan saling bergantung satu sama lain, sehingga menciptakan pengalaman yang bersifat multidimensional. Baik pengalaman positif maupun negatif berkontribusi pada

pembentukan harga diri seseorang, dan bagaimana seseorang mengolah pengalaman-pengalaman tersebut dapat mempengaruhi kualitas harga diri yang dimiliki.

Menurut Knapp (Widodo & Pratitis) yang mengatakan bahwa harga diri merupakan salah satu aspek yang menentukan keberhasilan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungannya dan bagaimana individu melakukan penyesuaian sosial akan dipengaruhi oleh bagaimana individu tersebut menilai keberhargaan dirinya. Individu yang menilai tinggi keberhargaan dirinya merasa puas atas kemampuan diri dan merasa menerima penghargaan positif dari lingkungan. Hal ini akan menumbuhkan perasaan aman dalam diri individu sehingga dia mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya.

Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan dan mengembangkan harga diri sebagai dasar untuk meningkatkan presentasi diri. Hal ini dapat dilakukan melalui pengakuan dan penerimaan diri, pengembangan keterampilan komunikasi, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam kemampuan dan potensi yang dimiliki. Dengan demikian, meningkatkan harga diri dapat berdampak positif pada bagaimana seseorang mempresentasikan dirinya kepada dunia luar.

Sejalan dengan ungkapan Menurut (Mu'awanah, 2014) menyatakan bahwa harga diri dapat ditingkatkan melalui: membuat individu merasa diterima dengan cara memanfaatkan keahlian dan pengalaman yang dimiliki, mengakui kesuksesan dan memuji atas pencapaian, menilai individu dengan

sikap yang jujur dan adil, dan memberikan kebebasan kepada orang lain untuk melaksanakan tugasnya atau memberikan kesempatan kepada individu untuk mengembangkan kemampuannya.

Penelitian ini tentunya masih banyak memiliki kekurangan, sehingga limitasi pada penelitian ini dapat ditinjau dari beberapa bagian: dari segi pengambilan data yang kurang spesifik seperti wilayah demografis subjek sehingga hasil yang diperoleh tidak dapat terinterpretasikan dengan jelas. Selain itu, lebih mempertimbangkan terkait kriteria subjek sehingga penelitian ini tidak membahas terlalu umum. Karena penyebaran data penelitian dilakukan secara online, maka peneliti tidak bisa mengontrol terhadap pengisiin data penelitian. Data pada penelitian ini tidak berdistribusi normal, dan jumlah item pada masing-masing skala masih sedikit, sehingga masih kurang menjelaskan terkait skala yang diteliti.