

Hubungan Antara *Online Self presentation* dengan *Psychological Well Being* pada Gen Z Pengguna *Second account* Instagram

Tri Fusvinda¹, Rizal Kurniawan²

¹Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: tfusvinda@gmail.com

ABSTRAK

Gen Z rentan mengalami masalah mental seperti kecemasan dan tekanan sosial, sehingga mendorong pencarian kesejahteraan psikologis. Sebuah faktor yang memengaruhinya ialah cara menampilkan diri di media sosial. Di Instagram, banyak Gen Z membuat *second account* untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik, berbeda dari citra ideal di akun utama. Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah guna mengetahui hubungan antara *online self presentation* dengan *psychological well being*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan jumlah partisipan 388 Gen Z pengguna *second account* Instagram. Penelitian ini memakai instrumen *Psychological well being* Scale dari Ryff untuk mengukur *psychological well being*, melainkan guna mengukur *online self presentation* memakai Self-Presentation on Facebook Questionnaire dari Michikyan dkk. Hasil penelitian menggunakan analisis spearman's rho yang menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara *online self presentation* dengan *psychological well being* pada Gen Z pengguna *second account* Instagram.

Kata kunci: Gen Z, *Psychological well being*, *Online self presentation*, *Second account* Instagram

ABSTRACT

Gen Z is prone to mental health issues such as anxiety and social pressure, thus encouraging the search for psychological well-being. One factor that influences this is how they present themselves on social media. On Instagram, many Gen Z create second accounts to express themselves more authentically, different from the ideal image on their main account. The purpose of this study was to determine the relationship between online self-presentation and psychological well-being. This study used a quantitative correlational method with 388 Gen Z participants using second Instagram accounts. This study used the Psychological Well-Being Scale instrument from Ryff to measure psychological well-being, but to measure online self-presentation using the Self-Presentation on Facebook Questionnaire from Michikyan et al. The results of the study used Spearman's rho analysis which showed a significant positive correlation between online self-presentation and psychological well-being in Gen Z users of second Instagram accounts.

Kata kunci: Gen Z, *Psychological well being*, *Online self presentation*, *Second account* Instagram

PENDAHULUAN

Gen Z cenderung memiliki masalah kesehatan mental dibandingkan dengan generasi lainnya. Masalah kesehatan mental seperti kecemasan, tekanan sosial, dan perbandingan sosial (The American Psychological Association (APA), 2018). Hal ini menyebabkan gen Z berupaya untuk mencari kesejahteraan psikologis yang dikenal sebagai istilah *psychological well being*, yang mana individu bebas dari beban atau masalah mental yang di hadapi serta individu hendaknya memiliki kemampuan diri untuk menerima kehidupan yang sedang dijalani (Fefriadi dan Ningsih, 2023). Menurut Izzati et al., (2021) kesejahteraan psikologis atau *psychological well being* ialah pandangan mengenai kesadaran akan kemampuan potensi diri. Berdasarkan penelitian Kurniasari et al., (2019) memperlihatkan 38% dari mahasiswa perguruan tinggi mempunyai *psychological well being* rendah, 46% mahasiswa kategori sedang serta 16% mahasiswa kategori tinggi. Hasil penelitian Triana et al. (2021) memperlihatkan sebagian besar responden (56%) mempunyai kategori rendah. Pada penelitian dilaksanakan oleh Ratnasari et al. (2023) di jelaskan gen Z mempunyai *psychological well being* cenderung rendah, hal ini dikarenakan oleh banyak faktor mempengaruhinya. Beberapa faktor yang pengaruhi ialah dukungan sosial, penerimaan diri, status sosial ekonomi, penguasaan lingkungan serta presentasi diri terhadap lingkungan baik itu secara offline maupun online (Rantepadang dan Gery, 2020).

Gen Z kerap kali dikenal sebagai generasi teknologi, hal ini mengarah pada kelompok individu yang lahir dalam rentang waktu 1995 sampai 2009 (Septania dan Proborini, 2020). Penelitian lainnya juga menyebutkan bahwa gen Z ialah generasi yang tidak bisa lepas dari gadget serta penggunaan media sosial, maka dari itu gen Z kerap kali disebut sebagai generasi teknologi (Tapscott, 2013). Sebuah sosial media yang paling banyak di minati pada tahun 2023 adalah instagram dimana penggunaannya di perkirakan mencapai hingga 1,35 miliar (Yonathan, 2023). Instagram merupakan suatu aplikasi di kembangkan guna pengambilan gambar, penambahan efek visual serta dapat di bagikan ke berbagai platfrom jaringan sosial (Permana dan Sutedja, 2021). Saat ini, Generasi Z merupakan kelompok terbesar pengguna Instagram, dengan estimasi proporsi mencapai 56,1% (Astini et al., 2022).

Pemilik akun instagram sangat gemar dalam menampilkan yang terbaik dalam postingan mereka, baik itu feed ataupun story. Penampilan merupakan suatu hal yang kerap kali dijadikan perbandingan dalam membuat postingan instagram, yang dapat menimbulkan perasaan ketidakpuasan terhadap diri sendiri serta perasaan rendah diri (Latupeirissa dan Wijono, 2022). Hal ini berdampak pada kurangnya rasa percaya diri individu untuk memperbanyak postingan di Instagram. Guna atasi permasalahan ini, individu biasa buat secound account atau akun kedua yang mana jumlah pengikut dari akun ini terbatas (Permana dan Sutedja, 2021). Pengguna yang memiliki secound account menjadikan akun kedua tersebut sebagai representasi diri yang sebenarnya, sementara akun lainnya digunakan untuk menyalurkan citra ideal yang mau dibuat. Dengan kata lain, pengguna merasa tidak pantas atau tidak mampu menampilkan diri mereka yang sebenarnya pada akun utama. Hal ini disebabkan oleh kecemasan terhadap penilaian orang lain terhadap unggahan yang mereka buat (Pertiwi et al., 2022). Saat ini, fenomena yang marak terjadi di kalangan anak muda Indonesia adalah kecenderungan menampilkan citra diri yang berbeda pada masing-masing akun media sosial yang mereka miliki (Pamungkas dan Lailiyah, 2019). Lewat akun kedua, seseorang bisa dengan leluasa didokumentasikan kegiatan sehari-hari serta membagikannya lewat fitur Instagram Stories. Fitur ini memudahkan individu guna menampilkan aktivitas pribadinya serta memungkinkan interaksi langsung dari para pengikutnya (Yz-zahra dan Hasfi, 2018).

Di era digital saat ini, identitas individu tidak hanya dibentuk oleh interaksi langsung, tetapi juga melalui cara mereka mempresentasikan diri secara daring. Platform media sosial memungkinkan individu untuk menciptakan, mengedit, dan mengontrol citra diri yang ingin mereka tampilkan kepada orang lain. Namun, proses ini tidak hanya memengaruhi bagaimana seseorang dilihat oleh orang lain, tetapi juga memiliki implikasi yang signifikan kepada kesejahteraan psikologis. Hal ini sama penelitian yang dilaksanakan oleh Rantepadang dan Gery, (2020) dimana *psychological well being* terdiri dari faktor seperti dukungan sosial, penerimaan diri, status sosial ekonomi, penguasaan lingkungan, dan presentasi diri kepada lingkungan atau *self presentation*.

Self presentation atau presentasi diri dapat dilakukan di kehidupan nyata (aktivitas sehari-hari) dan dunia maya (online). Seiring perkembangan teknologi internet yaitu sosial media yang kini banyak digunakan oleh semua kalangan, hal tersebut menjadi latar belakang munculnya istilah baru mengenai *self presentation*, yaitu *online self presentation* (Michikyan et al., 2014). *Online self presentation* menurut Michikyan et al. (2014) ialah tampilkan diri individu yang banyak aspek tidak sama dari diri antara lain *real self*, *ideal self* dan *false self* pada berhubungan di media sosial. Adalah perasaan individu ada dan muncul menampilkan diri yang sebenarnya. *Real self* (diri sebenarnya) memiliki pengaruh positif, di mana individu yang menampilkan diri secara autentik online cenderung mengalami peningkatan kepercayaan diri dan kesehatan mental. *Ideal self* (hidup yang ideal) adalah menampilkan diri sebagaimana kemauan dan harapan yang ingin dibentuk individu. *False self* (hidup yang palsu) adalah penampilan berbeda dan tidak sesuai dengan dirinya dalam mempresentasikan diri. *False self* (diri palsu) menunjukkan dampak negatif yang signifikan, karena presentasi diri yang tidak sesuai dengan kepribadian asli dapat menimbulkan kecemasan, menurunkan harga diri, dan menciptakan ketidaksesuaian antara citra daring dan kehidupan nyata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kuantitatif, umumnya berkaitan data numerik serta analisis statistik (Sugiyono, 2019). Subjek dalam penelitian ini adalah 384 gen z pengguna *second account* instagram. Penarikan sampel dilaksanakan memakai teknik purposive sampling ialah teknik

pengambilan sampel dari kelompok populasi pengambilannya dilaksanakan dengan berlandaskan kepada beberapa karakteristik tertentu (Sugiyono, 2013).

Untuk mengukur variabel *psychological well being*, peneliti memakai instrumen yang dikembangkan oleh Hikmah (2021), yang berdasarkan pada aspek yang dikemukakan oleh Ryff. Selain itu, peneliti juga melakukan modifikasi terhadap alat ukur yang dibuat oleh Hikmah tersebut dan alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel *online self presentation*, peneliti memakai alat ukur dibuat oleh Fefriadi & Ningsih (2023) berdasarkan aspek oleh Michikyan et al. (2015) dan memodifikasi alat ukur tersebut. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan skala likert. Instrumen *online self presentation* menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 poin yaitu (sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju) dan *psychological well being* menggunakan skala likert yang terdiri dari 6 poin yaitu (sangat setuju, setuju, agak setuju, agak tidak setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju). Kemudian skala *online self presentation* dari sebaran memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,840, sedangkan nilai reliabilitas skala *psychological well being* memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,939. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji non parametrik rank spearman yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *online self presentation* dengan *psychological well being* pada gen z pengguna *second account* instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 384 gen z pengguna *second account* instagram. Berdasarkan deskripsi subjek dilihat dari domisili dari dalam sumatera barat yaitu 207 partisipan (53,4%) dan domisili luar sumatera barat yaitu 181 partisipan (46,6%). Jika dilihat berdasarkan data demografis laki-laki ialah 121 orang (68,8%) dan perempuan (31,2%). Pada data demografis berdasarkan usia, diperoleh responden tertinggi dari usia 22 tahun ialah 76 orang (19,59%) serta responden terendah dari usia 16 tahun ialah 6 orang (1,55%). Hasil penelitian menunjukkan mayoritas subjek pada variabel *Online self presentation* cenderung tinggi dengan jumlah 197 subjek (50,8%). Sedangkan pada variabel *Psychological well being* mayoritas subjek cenderung tinggi dengan jumlah 267 subjek (68,8%).

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas *Online self-presentation* dan *psychological well being*

Test	Statistic	Asymp.Sig
	0,225	0,000
Kolmogrov-Smirnov	0,142	0,000
	0,300	0,000

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa penelitian berdistribusi tidak normal.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas *Online self-presentation* dan *psychological well being*

	Sum of Square	Mean Squared	F	Sig
<i>Psychological Well Being*Real self</i>	1705.043	1705.043	8.450	0,004
<i>Psychological Well Being*False self</i>	846.289	846.289	4.705	0,031
<i>Psychological Well Being*Ideal self</i>	1076.064	1076.064	4.934	0,027

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan nilai sig. linearity adalah *psychological well-being* dan *real self* yaitu 0,004, *psychological well-being* dan *false self* yaitu 0,031 dan *psychological well-being* dan *ideal self* yaitu 0,027, dimana nilai yang diperoleh kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara *Online self-presentation* dan *psychological well-being*.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman *Online self-presentation* dan *psychological well being*

			<i>Real self</i>	<i>False self</i>	<i>Ideal self</i>
<i>Spearman's rho</i>	<i>Psychological well being</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	0,285**	0,270**	0,128*
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000	0,000	0,012

Berdasarkan table 3 menunjukkan koefisien corelation *real self* dan *psychological well being* 0,285 dan tingkat signifikasi 0,000. Nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 memperlihatkan adanya hubungan signifikan antara *real self* dengan *psychological well being*. Koefisien korelasi sebesar 0,285 mengindikasikan arah hubungan yang positif. Temuan ini memperlihatkan kalau terdapat hubungan signifikan antara *real self* dengan *psychological well being*, lalu hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Lalu pada koefisien corelation *false self* dan *psychological well being* didapatkan 0,270 serta tingkat signifikasi 0,000. Nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil 0,05 memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan antara *real self* dengan *psychological well being*. Koefisien korelasi sebesar 0,270 mengindikasikan arah hubungan yang positif. Hipotesis alternatif (Ha) ditolak dan hipotesis nol (Ho) diterima. Kemudian pada koefisien corelation *ideal self* dan *psychological well being* didapatkan nilai 0,128 serta tingkat signifikasi 0,012. Nilai signifikansi 0,012 > 0,05 memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan antara *ideal self* dengan *psychological well being*. Koefisien korelasi 0,128 mengindikasikan arah hubungan yang positif. Temuan ini memperlihatkan kalau terdapat hubungan signifikan antara *ideal self* dengan *psychological well being*, lalu hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara online *self presentation* dengan *psychological well being* pada gen z pengguna *second account* instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan memperlihatkan adanya hubungan positif dan signifikan, dengan koefisien korelasi 0,285 dan signifikansi 0,000. Ini berarti semakin tinggi individu menampilkan *real self* di media sosial, semakin tinggi juga tingkat kesejahteraan psikologis yang mereka rasakan. Temuan ini searah dengan hasil yang ditemukan oleh Ferryanti et al. (2021) mereka juga menemukan hasil bahwasanya *real self* ini mempunyai hubungan yang signifikan dan juga positif dengan *psychological well being*. Ferryanti juga menyatakan bahwa ketika seseorang melakukan *self presentation* mereka sesuai dengan *real self* mereka, sehingga semakin sering mereka menggambarkan diri mereka sesuai apa adanya dirinya maka secara tidak langsung mereka juga meningkatkan *psychological well being* mereka, karena tindakan *self presentation* yang mereka lakukan secara real itu tidak ada memaksakan diri mereka karena mereka bertingkah laku sesuai dengan apa adanya diri mereka tanpa membandingkan diri dengan siapapun dan juga tidak memaksakan diri untuk menjadi siapapun yang membuat hidup dan kesehatan mental mereka menjadi sejahtera. Hal ini mengindikasikan bahwa Gen Z yang aktif menampilkan *real self* di *second account* instagram cenderung lebih mampu menerima diri sendiri dan mengelola emosi secara sehat.

Selanjutnya, ditemukan bahwa ada hubungan positif serta signifikan *ideal self* dengan *psychological well being*, meskipun kekuatan korelasinya lebih rendah (koefisien 0,128, signifikansi 0,012). Ini menunjukkan bahwa menampilkan *ideal self*, atau gambaran diri yang diharapkan, juga berkontribusi terhadap well-being, meski tidak sekuat *real self*. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa selama perbedaan antara *real self* dan *ideal self* tidak terlalu besar, menampilkan *ideal self* dapat menjadi motivasi positif untuk berkembang dan mencapai tujuan hidup (Metin, 2009). Higgins, (1987) dalam teori *self-discrepancy* menyebutkan bahwa ketidaksesuaian yang moderat antara *real self* dan *ideal self* dapat mendorong individu untuk melakukan perbaikan diri, sehingga berdampak baik pada well-being. Namun, jika perbedaan terlalu besar, justru dapat menimbulkan stres dan menurunkan well-being.

Berbeda dengan dua aspek sebelumnya, hipotesis mengenai hubungan *false self* dengan *psychological well being* ditolak. Meskipun secara statistik terdapat korelasi positif (koefisien 0,270, signifikansi 0,000). Temuan ini bertentangan dengan hipotesis awal dan teori yang selama ini berlaku, di mana secara teoritis *false self* diharapkan berkorelasi negatif dengan *psychological well being*. Oleh sebab itu, hipotesis mengenai *false self* ditolak karena arah korelasi yang ditemukan tidak sesuai dengan prediksi teoritis.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mun dan Kim (2021) yang menemukan bahwa *lying self presentation* dapat meningkatkan persepsi, dimana *false self* dapat meningkatkan persepsi popularitas yang dapat berperan sebagai *buffer psikologis* terhadap depresi. Dalam konteks *second account*, pengguna mungkin merasa lebih bebas berekspresi dan mendapatkan validasi sosial dari kelompok yang lebih kecil dan lebih suportif, sehingga efek negatif dari *false self* tidak terlalu terasa atau bahkan berubah menjadi pengalaman yang menyenangkan. Dalam penelitian ini, korelasi positif yang ditemukan justru menandakan adanya pergeseran makna dan fungsi *false self* di kalangan Gen Z pemakai *second account* instagram. Hal ini sama dengan fenomena budaya digital, di mana identitas dapat lebih cair dan fleksibel, serta ruang *second account* menjadi tempat yang relatif aman untuk bereksperimen dengan berbagai aspek diri tanpa tekanan sosial sebesar di akun utama. Media sosial memungkinkan individu untuk menyusun, menampilkan, dan memodifikasi citra diri mereka sesuai keinginan, yang dikenal sebagai identitas sosial digital. media sosial memungkinkan individu untuk menyusun, menampilkan, dan memodifikasi citra diri mereka sesuai keinginan, yang dikenal sebagai identitas sosial digital (Nugraeni, 2024). Penolakan hipotesis mengenai *false self* ini menjadi catatan penting bahwa dalam konteks budaya digital dan penggunaan *second account*, makna dan dampak *false self* bisa berbeda dari yang selama ini dipahami dalam literatur psikologi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan untuk memahami lebih dalam dinamika *false self presentation* di media sosial dan dampaknya kepada *psychological well being*, khususnya generasi muda.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai bentuk *online self presentation*, baik yang real maupun ideal dan bahkan *false self* dalam konteks tertentu, memiliki kontribusi terhadap *psychological well being* Gen Z, tergantung pada bagaimana dan di mana identitas tersebut ditampilkan. Oleh karena itu, *second account* instagram tidak hanya menjadi ruang pelarian dari tekanan sosial di akun utama, tetapi juga berfungsi sebagai media penting bagi Gen Z untuk mengeksplorasi, memahami, dan menegosiasikan identitas diri mereka dengan cara yang lebih leluasa dan reflektif. Implikasi dari temuan ini mendorong perlunya pemahaman baru dalam melihat konsep diri dan kesejahteraan psikologis di era digital, serta membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut mengenai dinamika presentasi diri dalam konteks sosial media yang terus berkembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara *online self presentation* dengan *psychological well being* pada gen z pengguna *second account* instagram. Mayoritas subjek pada variabel *online self presentation* berada pada kategori tinggi dan pada variabel *psychological well being* mayoritas juga berada pada kategori tinggi. Artinya, semakin tinggi *online self presentation* yang dimiliki oleh gen z pengguna *second account* instagram maka semakin tinggi pula *psychological well being* yang dimilikinya

Saran yang dapat peneliti berikan pada penelitian selanjutnya yaitu penelitian selanjutnya memakai instrumen yang mampu membedakan antara *false self* yang adaptif (eksploratif) dan maladaptif (manipulatif), guna memperoleh interpretasi konseptual yang lebih akurat. Selain itu, penting untuk mengkaji dinamika *online self presentation* dan *psychological well being* di berbagai platform seperti TikTok, Twitter, atau Threads, mengingat setiap platform memiliki budaya interaksi yang unik. Untuk meningkatkan generalisasi temuan, partisipan dari latar belakang sosial, budaya, dan geografis yang lebih beragam juga perlu dilibatkan. Bagi subjek penelitian, disarankan lebih berani dan konsisten menampilkan *real self*, karena ekspresi diri yang sebenarnya terbukti paling berkontribusi kepada *psychological well being* melalui penerimaan diri, regulasi emosi yang sehat, dan hubungan sosial yang bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- Astini, L., Safarina, N. A., & Suzanna, E. (2022). Gambaran Kesejahteraan Psikologis Wanita Menikah dari Keluarga Bercerai. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 21–30.
- Fefriadi, O., & Ningsih, Y. T. (2023). Hubungan Antara Self-Presentation Dan Psychological Well-Being Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. 6, 446–452.
- Ferryanti, N. V., Setiasih, S., & Kesumaningsari, N. P. A. (2021). Self-Presentation Berperan

- terhadap Psychological Well-Being: Survey pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram (Role of Self-Presentation on Psychological Well-Being: A Survey of Emerging Adulthood Instagram Users). *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 12(2), 88–96.
- Higgins, E. T. (1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological Review*, 94(3), 319–340. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319>
- Izzati, U. A., Budiani, M. S., Mulyana, O. P., & Puspitadewi, N. W. S. (2021). Gambaran kesejahteraan psikologis pada karyawan terdampak pandemi covid-19. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 11(3), 315–325.
- Kurniasari, E., Rusmana, N., & Budiman, N. (2019). Gambaran umum kesejahteraan psikologis mahasiswa. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(02), 52–58.
- Latupeirissa, A., & Wijono, S. (2022). Self-Esteem dengan Self-Presentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(1), 226–234.
- Metin, I. (2009). Self and well-being. *Psychological Studies*, 54(2), 85–86. <https://doi.org/10.1007/s12646-009-0022-5>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55–64.
- Mun, I. B., & Kim, H. (2021). Influence of False Self-Presentation on Mental Health and Deleting Behavior on Instagram: The Mediating Role of Perceived Popularity. *Frontiers in Psychology*, 12(April), 1–7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.660484>
- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 142–147.
- Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram Di Akun Utama Dan Akun Alter. *Interaksi Online*, 7(4), 371–376. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24960>
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis perilaku pengguna akun kedua di media sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195–1204.
- Pertiwi, E. M., Suminar, D. R., & Ardi, R. (2022). Psychological well-being among Gen Z social media users: Exploring the role of self-esteem and social media dependency as mediators and social media usage motives as moderator. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 204–218.
- Rantepadang, A., & Gery, A. Ben. (2020). Hubungan Psychological Well-Being Dengan Loneliness. *Nutrix Journal*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.37771/nj.vol4.iss1.428>
- Ratnasari, E. D., Dwidienawati, D., Putri, C. V., Harijono, C., & Tanto, M. J. (2023). Well-being in generation Z: Antecedent and Consequences. *Financial Engineering*, 1, 353–360.
- Septania, S., & Proborini, R. (2020). Self-compassion, grit dan adiksi internet pada generasi Z. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(2), 138–147.
- Sugiyono, M. (2013). Kualitatif, dan kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, S. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D. *Bandung: Cv. Alfabeta*.
- Tapscott, D. (2013). *Grown up digital: Yang muda yang mengubah dunia*. Gramedia Pustaka Utama.
- The American Psychological Association (APA). (2018). Stress in America™ Generation Z. Stress in America survey. *American Psychological Association*, October, 1–11. <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2018>
- Triana, M. M., Komariah, M., & Widiyanti, E. (2021). Gambaran kesejahteraan psikologis pada remaja yang terlibat bullying. *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 4(4), 823–832.
- Yonathan, A. Z. (2023). *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*. GoodStats.Id.

<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUALp>

Yz-zahra, F. A., & Hasfi, N. (2018). Studi fenomenologi online self disclosure melalui Instagram Story. *Interaksi Online*, 7(1), 56–67.