

Contribution Of Psychological Well-Being to Online Self Presentation in Active Instagram User Students

Kontribusi Psychological Well-Being Terhadap Online Self Presentation Pada Mahasiswa Pengguna Aktif Instagram

Aida Widdi Annamori

Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: aida.widdiannamori023@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the contribution of psychological well-being to online self-presentation in students who are active Instagram users. The subjects of the study consisted of 276 students who are active Instagram users in Padang City. The sampling technique used in this study was purposive sampling. Determination of the number of samples in this study used the Isacc and Michael formula approach. Data analysis using simple linear regression techniques showed that students who are active Instagram users in Padang City tend to have high levels of psychological well-being and high online self-presentation. The results of this study also found that there was a contribution of psychological well-being to the aspects of false self, real self, and ideal self in the online self-presentation variable in students who are active Instagram users. And the results of this study showed a positive and significant influence between psychological well-being and false self with a contribution of 15.8%, real self of 6.7%, and ideal self of 9.3% in students who are active Instagram users.

Keywords: *Psychological well-being, Online Self-presentation, Students, Instagram.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kontribusi *psychological well-being* terhadap *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram. Subjek penelitian terdiri dari 276 mahasiswa pengguna aktif Instagram di kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan rumus Isacc dan Michael. Analisis data menggunakan teknik regresi linear sederhana, menunjukkan hasil bahwa mahasiswa pengguna aktif instagram di kota Padang memiliki tingkat *psychological well-being* yang cenderung tinggi dan *online self presentation* yang tinggi. Hasil dari penelitian ini juga menemukan bahwasannya terdapat kontribusi *psychological well-being* terhadap aspek *false self*, *real self*, dan *ideal self* pada variabel *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram. Serta hasil pada penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *psychological well-being* terhadap *false self* dengan kontribusi sebesar 15,8%, *real self* sebesar 6,7%, dan *ideal self* sebesar 9,3% pada mahasiswa pengguna aktif instagram.

Kata Kunci: *Psychological well-being, Online Self-presentation, Mahasiswa, Instagram.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah mengubah cara individu berinteraksi, baik di dunia nyata maupun dunia maya. Internet dan media sosial, terutama Instagram, telah menjadi alat yang penting dalam proses pembentukan citra diri secara *online* atau *online self-presentation*. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penggunaan smartphone

yang terhubung dengan internet mencapai 99,51% pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya aktivitas *online*, terutama di kalangan mahasiswa yang berada dalam tahap *emerging adulthood*. Pada tahap ini, mahasiswa cenderung mengeksplorasi identitas diri mereka melalui media sosial.

Instagram, dengan fitur seperti unggahan foto, filter, dan IGTV, memberi pengguna kesempatan untuk menampilkan citra diri yang ideal. *Self-presentation*, yang pertama kali dikemukakan oleh Goffman (1956), kini tidak hanya dilakukan dalam interaksi tatap muka, tetapi juga secara *online*. *Online self-presentation* memungkinkan individu untuk mengontrol bagaimana diri mereka dipersepsikan oleh orang lain, meskipun hal ini dapat membawa dampak positif maupun negatif.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 10 mahasiswa pengguna aktif Instagram di Padang, banyak yang berusaha menampilkan kesan baik di media sosial dengan mengunggah foto berkualitas dan membagikan *quotes* bermanfaat. Mereka cenderung mempertahankan citra positif berdasarkan jumlah like dan komentar yang diterima. Meskipun merasa kesepian dan menghadapi tekanan akademik, mereka jarang mengekspresikan kesulitan tersebut di Instagram untuk menjaga citra yang baik. Beberapa dari mereka membandingkan diri dengan pengguna lain yang memiliki pencapaian lebih besar, sementara yang lain fokus pada membangun personal branding dengan konten bermanfaat. Mereka juga pernah menjadi target komentar negatif, dan ketika menghadapi stigma sosial, mereka cenderung menyesuaikan perilaku untuk menghindari penilaian negatif. Secara keseluruhan, mahasiswa berusaha menampilkan kesan baik di Instagram, yang merupakan bentuk *online self-presentation*.

Psychological well-being, yang merupakan kondisi kesejahteraan psikologis seseorang, berperan penting dalam *online self-presentation*. Individu dengan *psychological well-being* yang baik cenderung menampilkan citra diri yang lebih positif dan realistis, sedangkan mereka yang memiliki *psychological well-being* rendah mungkin merasa tekanan untuk menampilkan diri sesuai ekspektasi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kontribusi *psychological well-being* terhadap *online self-presentation* pada mahasiswa pengguna aktif Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan subjek sebanyak 276 orang mahasiswa pengguna aktif Instagram yang ada di kota Padang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai dengan kriteria: (1) Mahasiswa Kota Padang, (2) Menggunakan aplikasi Instagram lebih dari 1 tahun, (3) Aktif memposting foto atau video di Instagram minimal 3-5 kali dalam seminggu. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini mengikuti rumus Isaac dan Michael. Sampel diambil dari jumlah populasi mahasiswa aktif di kota Padang, yang berjumlah 160.159 orang.

Penelitian ini menggunakan *psychological well-being* sebagai variable bebas (X) dan *online self presentation* sebagai variable terikat (Y). Peneliti akan mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan skala Likert. Variabel *Psychological Well-Being* diukur menggunakan *Ryff's Psychological Well-Being Scale* yang di modifikasi dari Sari (2023) dan skala tersebut terdiri dari 17 aitem. Kategori respons dan rentang skor pada variable ini terdiri dari *favorable* (5=sangat sesuai, 4=sesuai, 3=kurang sesuai, 2=tidak sesuai, dan 1=sangat tidak sesuai), sedangkan pada *unfavorable* (5=sangat tidak sesuai, 4=tidak sesuai, 3=kurang sesuai, 2=sesuai, dan 1=sangat sesuai). Selanjutnya variable *online self presentation* diukur menggunakan skala *Self Presentation on Facebook Quistioannaire* (SPFBQ) yang di modifikasi dari Ferryanti, *et al*, (2021) dan skala ini terdiri dari 17 aitem untuk mengukur 3 aspek diri. Kategori respons dan rentang skor pada variable ini hanya *favorable* saja yang terdiri dari (5=sangat setuju, 4= setuju, 3=netral, 2=tidak setuju, dan 1=sangat tidak setuju).

Data dikumpulkan dengan cara membagikan skala dalam bentuk *google form* secara *online*. Data penelitian ini dilakukan analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22. Sebelum analisis regresi dilakukan, terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi yang mencakup uji normalitas dan linearitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN
HASIL

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kontribusi *psychological well-being* terhadap *online self-presentation* pada mahasiswa pengguna aktif Instagram. Subjek dalam penelitian ini ialah 276 orang mahasiswa pengguna aktif Instagram yang ada di kota Padang yang akan dideskripsikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Responden berdasarkan Universitas

Universitas	Frekuensi	%
Universitas Negeri Padang	96	35
UIN IB Padang	18	6,5
Universitas Andalas	46	16,7
UPI YPTK Padang	20	7,2
Univeristas Baiturrahmah	17	6,1
Politeknik Negeri Padang	19	6,9
Politeknik Kesehatan Padang	17	6,1
Universitas Bung Hatta	18	6,5
Univ. PGRI Sumbar	19	6,9
Universitas lainnya	6	2,1
Total	276	100%

Berdasarkan tabel 1. dapat diketahui bahwa terdapat 96 responden dari Universitas Negeri Padang, dengan persentase 35,5%. Dari UIN IB Padang ada 18 responden dengan persentase 6,5%, sedangkan Universitas Andalas sebanyak 46 responden (16,6%). Responden dari UPI YPTK Padang 20 responden (7,2%), Universitas Baiturrahmah memiliki 17 responden (6,1%). Selanjutnya, 19 responden berasal dari Politeknik Negeri Padang dengan persentase 6,8%. Sementara itu, responden yang berasal dari Politeknik Kesehatan Padang dan Universitas Bung Hatta masing-masing memiliki 17 dan 18 responden (6,1% dan 6,5%), yang berasal dari Universitas PGRI Sumbar sebanyak 19 responden (6,8%), dan responden dari universitas lainnya terdapat 6 responden (2,1%). Maka dapat disimpulkan bahwa Universitas Negeri Padang memiliki persentase terbesar,

Tabel 1. Data Responden berdasarkan Usia

Usia	\bar{X}	SD	Xmin	Xmax
	22	0,875	19	24

Berdasarkan tabel 2. Diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 276 orang, dengan rata-rata usia responden sebesar 22 tahun dan standar deviasi 0,875. Usia terendah responden adalah 19 tahun, sementara usia tertinggi adalah 24 tahun.

Penelitian ini, peneliti menggunakan nilai rerata hipotetik dan rerata empirik dari kedua variable penelitian. Penghitungan nilai hipotetik dan rerata empiric dilakukan peneliti secara manual dengan menyertakan nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi.

Tabel 3.
 Skor Hipotetik dan Empiris Data *Psychological Well-Being* dan *Online Self Presentation*

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empiris			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
<i>Psychological Well-Being</i>	12	60	36	8	32	54	43	3,6
<i>Online Self Presentation</i>	12	60	36	8	35	55	45	3,3

Pada tabel 3 dapat diketahui bahwa untuk mendeskripsikan data dalam hasil mean dari skor pengolahan data masing-masing variabel memiliki skor empirik lebih rendah dibanding skor data hipotetik. Yang mana pada skala *psychological well-being* memiliki mean hipotetik sebesar 36, sedangkan mean empiric sebesar 43. Pada skala *online self presentation* deiperoleh mean hipotetik

sebesar 36, dan mean empiris sebesar 45. Sehingga hasil tersebut pemberi gambaran bahwasannya hasil skor ini akan menjadi landasan atau patokan perdugaan untuk hasil pencarian kategorisasi.

Tabel 4. Kategorisasi data variabel *psychological well-being*

Skor	Kategorisasi	F	(%)
$28 \leq X < 44$	Sedang	146	52,9
$44 \leq X$	Tinggi	130	47,1
Jumlah		276	100

Berdasarkan tabel 4. mayoritas subjek memiliki *psychological well-being* yang berada dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 146 responden atau 52,9%. Sementara itu, sebanyak 130 responden (47,1%) berada dalam kategori tinggi.

Tabel 5. Kategorisasi data variabel *Online Self Presentation*

Skor	Kategorisasi	F	(%)
$28 \leq X < 44$	Sedang	49	17,8
$44 \leq X$	Tinggi	227	82,2
Jumlah		276	100

Pada tabel 5. Terlihat bahwa sebagian besar subjek memiliki tingkat *online self presentation* dalam kategori tinggi, dengan responden sebanyak 227 dengan persentase 82,2%. Sementara itu, 49 responden atau 17,8% termasuk dalam kategori sedang.

Selanjutnya peneliti pada penelitian ini melakukan uji normalitas, uji linearitas, uji F, uji koefisien determinasi, dan uji analisis regresi sederhana yang dipaparkan pada tabel berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan kepada variabel *psychological well-being* dan variabel *online self-presentation*. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, di mana data penelitian dapat dianggap berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig* atau $p > 0,05$. Sebaliknya, jika nilai *Asymp. Sig* atau $p < 0,05$, maka sebaran data dianggap tidak berdistribusi normal. Berdasarkan pengujian normalitas yang dilakukan dengan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas *Untandaedized Residual Psychological Well-Being* dan *Online Self Presentation*

Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig	Kriteria	Ket.
0,037	0,200	>0,05	Normal

Pada tabel 6. diketahui bahwa nilai KSZ = 0,037 Dengan nilai $p = 0,200$ yang mana nilai p lebih besar dari 0,05 hal tersebut memperlihatkan bahwa penyebaran data normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel *psychological well-being* dan variabel *online self presentation*. Variabel dikatakan linear apabila *deviation from linearity* atau $p > 0,05$, atau *linearity* $p < 0,05$.

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas Skala *Psychological Well-Being* dan Skala *Online Self Presentation*

Variabel	F	Linearity	F	Deviation from Linearity	Keterangan
<i>Psychological well-being Online self presentation</i>	103,641	0,00	1,576	0,059	Linear

Berdasarkan tabel 7. Hasil uji *linearity* (F) sebesar 103,641 dengan signifikansi (p) $0,00 < 0,05$, yang mengindikasikan adanya hubungan linear antara variabel *psychological well-being* dan variabel *online self presentation*. Selain itu, nilai uji *F-deviation from linearity* sebesar 1,576

dengan signifikansi (p) 0,059 > 0,05 yang juga menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang linear.

c. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F dilakukan untuk menemukan apakah variabel independen (X) secara keseluruhan memberikan dampak pada variabel dependen (Y). Kontribusi ini diukur berdasarkan nilai signifikansi yang tertera pada tabel ANOVA. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat kontribusi signifikansi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05, maka tidak terdapat kontribusi signifikan antara kedua variabel tersebut. Hasil uji F pada penelitian ini dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 8. Rangkuman Hasil Uji F

Variabel	Model	Sum of Squares	df	Mean squares	F	Sig
<i>Psychological well-being & false self</i>	<i>Regression</i>	317,739	1	317,739	51,255	0,000b
<i>Psychological well-being & real self</i>	<i>Regression</i>	38,556	1	38,566	19,673	0,000b
<i>Psychological well-being & ideal self</i>	<i>Regression</i>	20,317	1	20,317	28,233	0,000b

Berdasarkan uji F pada tabel 8. maka dapat diketahui bahwa hasil uji F *psychological well-being* dan *false self* diketahui Nilai F sebesar 317,739 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000b, yang mana < dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *psychological well-being* (X) berkontribusi terhadap aspek *false self* pada variabel *online self-presentation* (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima (Ha₁). Hasil uji F *psychological well-being* dan *real self* diketahui Nilai F sebesar 38,556 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000b, yang mana < dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *psychological well-being* (X) berkontribusi terhadap aspek *real self* pada variabel *online self-presentation* (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima (Ha₂). Terakhir hasil uji F *psychological well-being* dan *ideal self* diketahui nilai F sebesar 20,317 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000b, yang mana < dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *psychological well-being* (X) berkontribusi terhadap aspek *ideal self* pada variabel *online self-presentation* (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima (Ha₃). Dapat disimpulkan bahwasannya semua hipotesis diterima.

2. Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Rangkuman Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square	Sig
<i>Psychological well-being dan false self</i>	0,397	0,158	0,000
<i>Psychological well-being dan real self</i>	0,259	0,067	0,000
<i>Psychological well-being dan ideal self</i>	0,306	0,093	0,000

Berdasarkan tabel 9. diatas pada bagian *psychological well-being* dan *false self* diketahui bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0,397. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) diperoleh sebesar 0,158, yang berarti bahwa *psychological well-being* berkontribusi sebesar 15,8% terhadap aspek *false self* pada variabel *online self-presentation*. Pada *psychological well-being* dan *real self* juga diketahui nilai korelasi (R) sebesar 0,259, dengan nilai determinasi (R Square) sebesar 0,067, artinya bahwa *psychological well-being* berkontribusi sebesar 6,7% terhadap aspek *real self* pada variabel *online self-presentation*. Terakhir, *psychological well-being* dan *ideal self* juga diketahui nilai korelasi (R) sebesar 0,306, dengan nilai determinasi (R Square) sebesar 0,093, artinya bahwa *psychological well-being* berkontribusi sebesar 9,3% terhadap aspek *ideal self* pada variabel *online self-presentation*.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1(Constant)	8,207	,764		10,748,000	
PWB dan <i>false self</i>	,079	,018	,259	4,435	,000
1(Constant)	8,207	,764		10,748,000	
PWB dan <i>real self</i>	,079	,018	,259	4,435	,000
1(Constant)	1,415	,463		3,059	,000
PWB dan <i>ideal self</i>	,057	,011	,306	5,313	,000

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana maka dapat disimpulkan:

1. Hasil analisis *psychological well-being* dengan *false self* diketahui nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa *psychological well-being* (X) berkontribusi terhadap aspek *false self* pada variabel *online self-presentation* (Y). Berdasarkan persamaan regresinya, α = angka konstan dari *unstandardized coefficients*, yaitu sebesar 21,493. Artinya, jika tidak ada *psychological well-being* (X), nilai aspek *false self* akan sebesar 21,493. Sedangkan b = angka koefisien regresi sebesar 0,225 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% nilai *psychological well-being* (X), maka nilai aspek *false self* pada *online self presentation* (Y) akan bertambah sebesar 0,225. Koefisien ini bersifat positif, sehingga dapat diartikan bahwa adanya kontribusi positif antara *psychological well-being* terhadap aspek *false self* pada variabel *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram.
2. Hasil analisis *psychological well-being* dengan *real self* diketahui nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa *psychological well-being* (X) berkontribusi terhadap aspek *real self* pada variabel *online self-presentation* (Y). Berdasarkan persamaan regresinya, α = angka konstan dari *unstandardized coefficients*, yaitu sebesar 8,207. Artinya, jika tidak ada *psychological well-being* (X), nilai aspek *false self* akan sebesar 8,207. Sedangkan b = angka koefisien regresi sebesar 0,079 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% nilai *psychological well-being* (X), maka nilai aspek *real self* pada *online self presentation* (Y) akan bertambah sebesar 0,079. Koefisien ini bersifat positif, sehingga dapat diartikan bahwa adanya kontribusi positif antara *psychological well-being* terhadap aspek *real self* pada variabel *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram.
3. Hasil analisis *psychological well-being* dengan *ideal self* diketahui nilai sig. sebesar $0,02 < 0,05$ menunjukkan bahwa *psychological well-being* (X) berkontribusi terhadap aspek *ideal self* pada variabel *online self-presentation* (Y). Berdasarkan persamaan regresinya, α = angka konstan dari *unstandardized coefficients*, yaitu sebesar 1,415. Artinya, jika tidak ada *psychological well-being* (X), nilai aspek *ideal self* akan sebesar 1,415. Sedangkan b = angka koefisien regresi sebesar 0,057 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% nilai *psychological well-being* (X), maka nilai aspek *ideal self* pada *online self presentation* (Y) akan bertambah sebesar 0,057. Koefisien ini bersifat positif, sehingga dapat diartikan bahwa adanya kontribusi positif antara *psychological well-being* terhadap aspek *ideal self* pada variabel *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat kontribusi *psychological well-being* terhadap *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram. Penelitian ini melibatkan 276 mahasiswa di kota Padang sebagai responden. Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana, hasilnya menunjukkan bahwa H_{a1} H_{a2} H_{a3} diterima dan H_{o1} H_{o2} H_{o3} ditolak. Ini berarti bahwa terdapat kontribusi yang signifikan dari *psychological well-being*

terhadap aspek *false self*, *real self*, dan *ideal self* dari variabel *online self-presentation* pada mahasiswa pengguna aktif Instagram.

Pada hasil penelitian diketahui bahwasannya skor hipotetik pada aspek *false self* lebih kecil dibandingkan skor empiris yaitu $24 < 31$. *False self* umumnya diartikan sebagai upaya untuk menyajikan diri yang lebih disesuaikan dengan harapan sosial atau standar tertentu, sering kali demi memperoleh pengakuan, pujian, atau penerimaan sosial (Rogers, 1961). Skor empiris yang lebih tinggi ini menunjukkan bahwa pada kenyataannya, mahasiswa pengguna aktif Instagram lebih sering menampilkan *false self* dalam *online self-presentation* mereka di Instagram. Fenomena ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa mungkin memiliki *psychological well-being* yang baik, dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan norma yang berkembang di media sosial berpotensi meningkatkan kecenderungan mereka untuk menampilkan *false self*.

Selanjutnya pada aspek *real self* diketahui skor hipotetik pada aspek *real self* lebih kecil dibandingkan skor empiris, yaitu $9 < 11$. Artinya, mahasiswa cenderung lebih sering menampilkan *real self* atau diri yang autentik dalam *online self-presentation* mereka dibandingkan dengan yang diperkirakan secara teoritis. Skor empiris yang lebih tinggi dari skor hipotetik pada *real self* ini mengindikasikan bahwa mahasiswa pengguna aktif Instagram cenderung lebih nyaman untuk menampilkan diri autentik mereka di Instagram.

Serta pada aspek *ideal self* diketahui bahwa skor hipotetik dan empirisnya sama besar yaitu 3, artinya kecenderungan mahasiswa untuk menampilkan *ideal self* atau citra diri yang mencerminkan versi terbaik atau yang diinginkan dari diri mereka di Instagram sesuai dengan prediksi atau ekspektasi teoritis. Hal ini mungkin menunjukkan keseimbangan antara dorongan mereka untuk tampil sebagai versi diri yang lebih baik dengan penerimaan terhadap diri sendiri apa adanya, yang mencerminkan *psychological well-being* mereka.

Mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram sering kali berada dalam lingkungan yang dipenuhi tekanan sosial untuk menampilkan diri yang ideal. Sesuai dengan hasil survei data awal penelitian ini bahwa sebagian besar mahasiswa menghadapi ekspektasi sosial yang lebih besar di media sosial. Seperti yang ditemukan dalam penelitian Yang & Brown (2016), individu dengan *psychological well-being* yang lebih rendah cenderung lebih mengelola citra diri mereka secara online agar diterima oleh kelompok sosialnya. Berbeda dengan mahasiswa yang memiliki *psychological well-being* yang lebih tinggi tampaknya lebih mampu menavigasi tekanan dan tetap konsisten dengan identitas pribadi mereka, tanpa harus mengubah diri demi pengakuan dari orang lain. Sama halnya dengan hasil penelitian Valkenburg *et al.* (2006) bahwasannya *psychological well-being* mempengaruhi cara remaja dan dewasa muda menggunakan media sosial, di mana mereka yang memiliki *psychological well-being* yang baik cenderung lebih percaya diri dan tidak terlalu bergantung pada respons sosial.

Berdasarkan aspek yang terdapat pada *psychological well-being* yaitu penerimaan diri dengan jumlah responden 153 orang (54,45%) dapat dilihat bahwa, subjek pada penelitian ini cenderung memiliki persepsi positif terhadap diri mereka sendiri. Serta aspek penerimaan diri yang tinggi ini dapat memberikan pengaruh positif pada bagaimana individu menampilkan dirinya di media sosial. Mahasiswa yang memiliki penerimaan diri yang baik cenderung lebih stabil secara emosional dan memiliki pandangan positif terhadap diri sendiri. Ini memungkinkan mereka untuk lebih autentik dan nyaman dalam *online self-presentation* di media sosial seperti Instagram. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gonzales & Hancock (2011) menunjukkan bahwa *psychological well-being* memengaruhi cara individu menampilkan diri mereka di media sosial. Orang yang memiliki *psychological well-being* yang baik cenderung tidak merasa perlu untuk menampilkan diri yang berbeda dari kenyataan, dibandingkan dengan individu yang *psychological well-being*-nya rendah.

Pada penelitian ini kontribusi *psychological well-being* terhadap *false self* sebesar 15,8%. Kontribusi sebesar 15,8% ini menunjukkan bahwa *psychological well-being* memiliki pengaruh yang signifikan, namun tidak dominan, terhadap kecenderungan mahasiswa untuk menampilkan *false self* di Instagram. Artinya, kondisi *psychological well-being* mahasiswa memiliki peran dalam memengaruhi perilaku *online self-presentation*, tetapi bukanlah faktor satu-satunya yang

menentukan apakah mahasiswa akan menampilkan *false self* atau tidak. *False self* mengacu pada kecenderungan seseorang untuk menampilkan citra yang berbeda dari diri sebenarnya. Mahasiswa dengan *psychological well-being* yang rendah mungkin merasa tidak puas atau kurang percaya diri dengan diri asli mereka, sehingga lebih mungkin menampilkan *false self* di Instagram agar terlihat lebih sesuai dengan harapan sosial atau standar tertentu di Instagram tersebut.

Kontribusi *psychological well-being* terhadap *real self* pada penelitian ini sebesar 6,7%. Hasil ini menunjukkan bahwa *psychological well-being* mahasiswa memiliki pengaruh yang signifikan namun kecil terhadap kecenderungan mereka untuk menampilkan diri yang autentik atau *real self* di Instagram. Artinya, meskipun mahasiswa dengan *psychological well-being* yang baik mungkin lebih cenderung merasa nyaman untuk menampilkan diri yang sesuai dengan identitas mereka sebenarnya, pengaruh *psychological well-being* dalam hal ini relatif kecil. Kontribusi sebesar 6,7% menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan mahasiswa untuk menampilkan *real self* di Instagram masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar *psychological well-being*.

Selanjutnya kontribusi *psychological well-being* terhadap *ideal self* dalam penelitian ini sebesar 9,3%. Kontribusi ini mengindikasikan bahwa *psychological well-being* mahasiswa memiliki pengaruh yang signifikan namun tidak dominan terhadap kecenderungan mereka untuk menampilkan *ideal self*, yaitu citra diri yang mencerminkan versi terbaik atau versi yang mereka inginkan dari diri mereka di Instagram. Artinya, mahasiswa dengan *psychological well-being* yang lebih baik cenderung menampilkan aspek *ideal self* mereka secara *online*, mungkin karena mereka memiliki kepercayaan diri dan kepuasan diri yang mendukung aspirasi untuk memperlihatkan versi diri yang mereka anggap ideal.

Hasil kategorisasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa *psychological well-being* di dominasi oleh kategori sedang yaitu sebanyak 146 responden (52,9%). Yang berarti mereka belum mencapai tingkat *psychological well-being* yang optimal. Hasil ini bisa diartikan bahwa faktor-faktor seperti kebahagiaan, harga diri, penerimaan diri, dan relasi positif dengan orang lain belum sepenuhnya terpenuhi oleh sebagian besar responden. Mahasiswa dengan *psychological well-being* yang berada pada kategori sedang cenderung lebih rentan terhadap tekanan sosial di Instagram, sehingga mereka mungkin mengelola *online self-presentation* mereka dengan lebih hati-hati untuk mendapatkan validasi atau pengakuan dari pengikutnya. Dalam penelitian Yang, *et al* (2021) yang menunjukkan bahwa individu dengan *psychological well-being* tinggi lebih cenderung melakukan *self-presentation* yang proaktif dan autentik, sehingga memperkuat koneksi sosial serta meningkatkan otonomi diri.

Pengaruh media sosial, terutama Instagram, dapat memperparah keadaan *psychological well-being* mahasiswa. Platform ini sering mendorong pengguna untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain, yang dapat memperburuk perasaan tidak puas diri dan memengaruhi bagaimana mereka menampilkan diri secara *online*. Seperti yang ditemukan oleh Chou & Edge (2012), pengguna media sosial sering kali merasa hidup mereka kurang memuaskan setelah melihat postingan yang menggambarkan kehidupan orang lain yang tampak lebih sempurna. Hal ini selaras dengan temuan Meier & Schäfer (2018) yang menunjukkan bahwa paparan konten media sosial yang menciptakan standar sosial yang tinggi dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis individu secara negatif.

Berbeda halnya dengan *online self presentation*, yang mana hasil kategorisasinya berada pada rentang tinggi dengan jumlah 227 responden (82,2%). Artinya, mayoritas mahasiswa memiliki tingkat *online self-presentation* yang tinggi, yang berarti mereka secara aktif dan terampil mengelola citra diri mereka di Instagram. Hal ini mungkin terkait dengan karakteristik demografis mereka sebagai pengguna aktif media sosial yang memiliki keinginan untuk membangun identitas digital dan mencapai pengakuan sosial di dunia maya. Berdasarkan teori *self-presentation* (Goffman, 1959), individu secara sadar mengelola citra diri mereka di depan orang lain, dan dalam konteks Instagram, hal ini menjadi semakin penting. Mahasiswa dengan tingkat *online self-presentation* yang tinggi cenderung lebih sadar dalam memilih konten yang mereka bagikan, menampilkan versi diri yang dianggap paling dapat diterima atau diakui oleh pengikut mereka. Fitur-fitur Instagram seperti jumlah *likes* dan pengikut mendorong mereka untuk mengelola citra diri mereka secara lebih intensif.

Pada dasarnya *online self-presentation* yang tinggi pada mahasiswa pengguna Instagram dapat mencerminkan adanya keinginan untuk mendapatkan validasi eksternal dan pengakuan dari teman sebaya, yang dapat berhubungan dengan tingkat *psychological well-being* mereka. Valkenburg *et al.* (2006) menunjukkan bahwa *self-presentation* yang berlebihan di media sosial sering kali terkait dengan pencarian validasi sosial yang dapat memengaruhi *psychological well-being*, terutama ketika individu terlalu bergantung pada umpan balik dari orang lain untuk menentukan nilai diri mereka. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat *online self-presentation* yang tinggi, menunjukkan bahwa mereka secara aktif dan terampil mengelola citra diri mereka di Instagram. Hal ini sejalan dengan teori *self-presentation* yang menyatakan bahwa individu secara sadar mengatur citra diri yang ingin mereka tampilkan kepada orang lain. Meskipun demikian, tingginya *online self-presentation* dapat mencerminkan tekanan sosial yang dihadapi para mahasiswa dalam mendapatkan validasi eksternal.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa *psychological well-being* memiliki kontribusi terhadap aspek *false self*, *real self*, dan *ideal self* dari variabel *online self-presentation* pada mahasiswa pengguna aktif Instagram. Oleh karena itu individu perlu meningkatkan dan menjaga keseimbangan *psychological well-being* dirinya agar dapat melakukan *online self-presentation* yang lebih autentik dan positif di media sosial terutama instagram serta terhindar dari dampak negatif yang ditimbulkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kontribusi *psychological well-being* terhadap *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram, maka didapatkan kesimpulan: Tingkat *psychological well-being* pada mahasiswa pengguna aktif instagram berada pada kategori sedang cenderung tinggi dengan 146 responden (52,9%). Tingkat *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram berada pada kategori tinggi dengan 227 responden (82,2%). Adanya kontribusi positif yang signifikan antara *psychological well-being* terhadap aspek *false self* dari variabel *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram sebesar 15,8%. Adanya kontribusi positif yang signifikan antara *psychological well-being* terhadap aspek *real self* dari variabel *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram sebesar 6,7%. Terakhir adanya kontribusi positif yang signifikan antara *psychological well-being* terhadap aspek *ideal self* dari variabel *online self presentation* pada mahasiswa pengguna aktif instagram sebesar 9,3%.

Peneliti menyarankan kepada Mahasiswa pengguna aktif Instagram bahwa sebagian besar mahasiswa pengguna aktif instagram memiliki *psychological well-being* yang cenderung tinggi dan memiliki *online self presentation* yang tinggi, sehingga disarankan subjek untuk bisa mempertahankan *psychological well-being* mereka agar selalu optimal dan baik. Meskipun *online self presentation* berada pada kategori tinggi, subjek perlu menyadari pentingnya menampilkan diri secara autentik di media sosial. Serta hindari terlalu fokus pada validasi sosial dan bandingkan diri dengan orang lain secara bijak agar penggunaan media sosial tidak mengganggu *psychological well-being*. Kepada peneliti selanjutnya dapat memfokuskan pada eksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi *online self-presentation*. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel dengan melibatkan Mahasiswa dari berbagai kota atau wilayah, sehingga hasil penelitian dapat lebih digeneralisasi. Serta peneliti juga menyarankan peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian yang relevan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperdalam hasil temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023). *Penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia*. Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: https://apjii.or.id/download_survei/0d5bdb69-195d-403b-bdd9-07dc5d6f12b4
- Chou, H. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of other people's lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>

- 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.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. Edinburgh: University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). *Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.
- Meier, A., & Schäfer, S. (2018). *The Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 411–417. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0708>
- Sari, D. N. (2023). *Hubungan Antara Kesejahteraan Psikologis Dengan Fear Of Missing Out Pada Mahasiswa Uin Suska Riau Pengguna Media Sosial* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif KasimRiau).
- Yang, C.-c., & Brown, B. (2016). *Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition*. *journal of youth and adolescence*, 45, 402-416.
- Yang, T., & Ying, Q. (2021, Jan 29). *Online Self-Presentation Strategies and Fulfillment of Psychological Needs of Chinese Sojourners in the United States*. *Front Psychol*. doi:10.3389/fpsyg.2020.586204. PMID: 33584417; PMCID: PMC7879780.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). *Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem*. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590.