

## **ABSTRAK**

Ivan Bastian (01041190069)

### **PENGARUH SELF-ESTEEM PADA MASYARAKAT DEWASA MUDA TERHADAP PRESENTASI DIRI MELALUI UNGGAHAN KE AKUN INSTAGRAM**

( 78 halaman; 8 gambar; 30 tabel; 7 lampiran)

Kata kunci: *Self-esteem*, masyarakat dewasa muda, presentasi diri, *impression management*, unggahan media sosial.

Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang digunakan oleh orang banyak. Media sosial memberi kebebasan bagi penggunanya untuk membentuk profil sesuai yang diinginkan. Sebagai kelompok masyarakat yang tengah mengalami pembentukan identitas, masyarakat dewasa muda tentu ingin menciptakan sebuah persepsi sesuai dengan apa yang ia inginkan melalui *impression management*. Bagaimana mereka membentuk persepsi ini ditentukan oleh *self-esteem* dari masing-masing individu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mencari seberapa besar pengaruh *self-esteem* terhadap upaya presentasi diri ini. Pengumpulan data yang digunakan untuk mendukung pengujian hipotesis dilakukan dengan menyebarkan kuesioner survei.

Pengujian statistik menemukan bahwa rata-rata responden memiliki kecenderungan berperilaku *high self-esteem* dibandingkan dengan *low self-esteem* yaitu dengan nilai rata-rata 3.09 pada *high self-esteem* dan 2.68 pada *low self-esteem*. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden memiliki penilaian yang baik terhadap dirinya sendiri. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *self-esteem* pada masyarakat dewasa muda memiliki pengaruh yang terbilang cukup kecil terhadap bagaimana kelompok masyarakat ini menampilkan dirinya di media sosial Instagram. Hal ini dikarenakan terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi presentasi diri pada masyarakat usia dewasa muda.

Referensi:88 (1890-2022)

## ABSTRACT

Ivan Bastian (01041190069)

### THE IMPACT OF SELF-ESTEEM AMONG YOUNG ADULTS TOWARDS SELF-PRESENTATION THROUGH POSTS ON INSTAGRAM ACCOUNT

(78 pages; 8 images; 30 tables; 7 attachments)

Keywords: Self-esteem, late adolescence, self-presentation, social media posts

Social media has become one of the most used means of communication. Social media provides its users with freedom to create a profile to their liking. As an age group that is going through a phase of identity formation, preadults would certainly like to create a public perception just the way they like it through impression management. One factor that influences the perception they'd like to create is self-esteem. This research implements a quantitative approach to measure how much self-esteem impacts self-presentation on social media. Data used for hypothesis testing is gathered through survey questionnaires.

Statistical test shows that the average respondents appear to show more high self-esteem behaviors compared to low self-esteem behaviors. With the mean value of 3.09 on high self-esteem tests and 2.68 on low self-esteem tests. Conclusions can then be drawn that average respondents have a positive evaluation towards themselves. The research found that self-esteem does have an influence towards self-presentation endeavors among late adolescence in social media, though it is quite minuscule. This was due to the fact that there are several other factors that could influence social media self-presentation among preadults.

Reference: 88(1890 – 2022)