

Hubungan antara Harga Diri dengan Peran Diri pada Remaja Pengguna Media Sosial

The Relationship between Self-Esteem and Self-Role in Adolescent Social Media Users

Widya Chafidhotul Muthoharoh

Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: widya.22299@mhs.unesa.ac.id

Hana Rahadatul Aisy

Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: hana.22093@mhs.unesa.ac.id

Gracia Defina Tumole

Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: gracia.22251@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat telah membuat kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari media sosial yang merupakan komponen penting, terutama bagi remaja yang aktif menggunakannya. Remaja sering membagikan aktivitas sehari-hari di media sosial dan cenderung merasa senang jika unggahannya mendapat perhatian berupa like atau komentar positif. Sebaliknya, mereka mungkin merasa kurang percaya diri bila tidak mendapat perhatian. Berdasarkan teori Maslow, pemenuhan kebutuhan martabat seseorang mendorong mereka untuk mengejar aktualisasi diri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan peran diri pada remaja pengguna media sosial. Menggunakan metode survei korelasional dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga diri dan peran diri, dengan nilai korelasi yang kuat ($r = 0,676 > 0,5$) dan signifikan ($p < 0,001 < 0,05$), yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Uji deskriptif mengungkapkan bahwa rata-rata tingkat harga diri remaja pengguna media sosial adalah 74,462 (kategori tinggi, dengan nilai maksimal 94), dan rata-rata tingkat peran diri sebesar 28,839 (kategori tinggi, dengan nilai maksimal 39). Hasil yang ditunjukkan berupa semakin tinggi harga diri remaja, semakin tinggi pula peran diri mereka dalam penggunaan media sosial.

Kata kunci : Harga diri; remaja; peran diri

Abstract

The rapid development of technology has made social media an essential part of human life, especially for teenagers who actively use it. Teenagers frequently share their daily activities on social media and tend to feel happy when their posts receive attention in the form of likes or positive comments. On the other hand, they may feel less confident if they do not receive such attention. According to Maslow's theory, fulfilling one's esteem needs motivates individuals to pursue self-actualization.

This study aims to determine the relationship between self-esteem and self-role among teenagers who use social media. Using a correlational survey method with a quantitative approach, this study shows a positive and significant relationship between self-esteem and self-role, with a strong correlation coefficient ($r = 0.676 > 0.5$) and significance level ($p < 0.001 < 0.05$), meaning H_0 is rejected and

H1 is accepted. Descriptive tests reveal that the average self-esteem level of teenage social media users is 74.462 (high category, with a maximum value of 94), and the average self-role level is 28.839 (high category, with a maximum value of 39). These results indicate that the higher a teenager's self-esteem, the stronger their self-role in social media use.

Key word : Adolescent; Self-esteem; self-role

Article History	
<p>Submitted : 08-12-2023</p> <p>Final Revised : 13-11-2024</p> <p>Accepted : 22-04-2025</p>	 <p><i>This is an open access article under the CC-BY-SA license</i></p> <p><i>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i></p>

Kehidupan manusia selalu tak lepas dari pergerakan maju mengikuti adanya perkembangan zaman dan tidak dapat terlepas dari berbagai perubahan-perubahan yang ada. Perkembangan itulah yang menjadi sebuah proses adaptasi atau masa pengenalan setiap individu terhadap perubahan dari lingkungan sekitar. Berbagai macam bentuk perkenalan manusia seperti membuat berbagai hal baru dengan teknologi yang memiliki tujuan agar dapat membantu manusia dalam menyelesaikan berbagai kegiatannya saat ini. Pesatnya teknologi yang terbentuk saat ini membuat manusia menjadikannya menjadi bagian hidupnya dalam aspek apapun. Hal ini membuat setiap remaja mencari jati diri mereka dengan berbagai cara serta berbagai peran. Adanya kemajuan teknologi yang sangat pesat membuat para remaja mampu mendapatkan sebuah sarana yang dapat memenuhi kebutuhannya. Harga diri dapat dideskripsikan sebagai evaluasi positive atau negative seseorang terhadap diri mereka sendiri. Singkatnya harga diri merupakan "*personal judgement*" mengenai apa yang menyangkut pandangan yang ingin diekspresikan pada dirinya. Ada banyak aktivitas yang terjadi di media sosial yang memberikan gambaran akurat tentang diri mereka kepada orang-orang. Rendahnya harga diri seseorang membuat mereka cenderung peduli dengan apa yang diposting orang lain berkaitan dengan diri mereka di network sosial. Sebaliknya, orang dengan harga diri yang tinggi biasanya menggunakan waktu mereka untuk mengembangkan citra diri mereka di media sosial (Fazriyati, 2013).

Remaja *active* di media sosial senang *share* segala sesuatu yang mereka lakukan nyaris setiap harinya. Remaja senang melihat apa yang mereka unggah di media sosial mendapat perhatian seperti *like* dan komentar *positive*. Namun jika orang lain mengabaikannya, Anda akan merasa lebih buruk dari yang Anda rasakan. Hal ini sesuai dengan apa yang Maslow kemukakan bahwa orang yang kebutuhannya terpenuhi secara bermartabat akan termotivasi untuk mengejar kebutuhan tertinggi mereka: aktualisasi diri. Hal ini menunjukkan peran diri yang sangat diinginkan oleh remaja masa kini. Peran diri didefinisikan sebagai memahami posisi dan tanggung jawab sebagai remaja ketika bermain media sosial, tidak mudah terpengaruh, berhati-hati dalam memilih informasi baru, serta membagikan dan mengevaluasi hasil karya orang lain. Oleh karena itu, dampak yang diberikan dari penggunaan media sosial sangat positif bagi remaja. Adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah mengetahui apakah ada hubungan antara harga diri dengan peran kontrol diri pada remaja pengguna media sosial.

Harga diri pada remaja didefinisikan sebagai hal yang begitu penting dalam perkembangannya. Harga diri sendiri memiliki pengertian lain sebagai suatu penilaian atau pandangan seseorang kepada dirinya serta dianalogikan dengan tercapainya cita-cita diri yang sebelumnya sudah ditetapkan. Aspek ini pun tidak dapat diwariskan melalui orang ke orang juga kepada orang lain (Schemmel, 2018). Dengan kata lain, harga diri yaitu “personal judgment” terhadap feeling of worth dan penting diungkapkan melalui attitude individu terhadap dirinya sendiri. Kebiasaan ingin berpartisipasi dan menjadi seperti sahabat, bahkan seperti orang di sekitar, menentukan harga diri seseorang (Preckel et al., 2013). Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan harga diri berupa kesimpulan seseorang terhadap dirinya sendiri, diakui atau tidaknya kemampuan yang mereka miliki, keterikatan dengan orang lain, penghargaan, dan penerimaan terhadap orang lain. Peran diri juga dapat diartikan sebagai pola behavior, attitude, value, dan goal yang diharapkan oleh masyarakat dan berkaitan dengan peran individu dalam suatu kelompok sosial (Cahyandari, 2020). Peran diri dapat diibaratkan sebagai sebuah identitas yang mewakili siapa seseorang sebenarnya, siapa dirinya, tanpa memandang perbedaan peran yang dimainkannya. Mengupas kembali lapisan peran diri dan kembali ke jati diri mereka yang sebenarnya sangat penting untuk menemukan infrastruktur dan pengaruh individu di dunia.

Peran diri adalah cara individu memahami dan memandang diri mereka sendiri pada kehidupan sehari-hari berdasarkan peran yang dimainkan. Sebaliknya, harga diri adalah pembandingan individu terhadap nilai dirinya. Keduanya berkaitan karena peran yang dimainkan individu dapat mempengaruhi harga dirinya. Harga diri berpotensi meningkat ketika individu merasa kompeten dan kompeten dalam menjalankan tugasnya. Sebaliknya, jika individu merasa tidak mampu atau tidak puas dengan peran yang dimainkannya, maka hal tersebut dapat menurunkan harga dirinya. Selain itu, peran diri juga dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya. Jika individu merasa berhasil dalam menjalankan perannya, maka hal tersebut dapat meningkatkan harga dirinya karena ia merasa mampu dan kompeten. Sebaliknya, jika individu merasa gagal atau tidak berhasil dalam menjalankan perannya, maka hal tersebut dapat menurunkan harga dirinya karena ia merasa tidak mampu atau tidak kompeten.

Selain itu, peran diri juga dapat berpengaruh pada cara interaksi individu dengan orang lain. Ketika individu merasa nyaman dan percaya diri dalam menjalankan perannya, interaksi sosial meningkat dan pada akhirnya harga diri meningkat. Di sisi lain, jika seorang individu merasa tidak nyaman atau tidak puas dengan peran yang ada pada dirinya, hal tersebut dapat membatasi interaksi sosial individu dan pada akhirnya menurunkan harga diri individu tersebut. Dapat disimpulkan bahwa peran diri dan harga diri saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lain. Peran diri yang positif memberikan peningkatan pada harga diri seseorang, sedangkan peran diri yang negatif dapat menurunkan harga diri seseorang. Oleh karena itu, untuk mengembangkan harga diri yang positif, penting bagi individu untuk memahami perannya dan memenuhinya dengan baik.

Metode

Jenis penelitian

Metode survei korelasional dengan pendekatan kuantitatif adalah suatu teknik penelitian yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan atau asosiasi antara dua atau lebih

variabel dalam suatu populasi. Pendekatan ini menggunakan data numerik dan statistik untuk mengidentifikasi pola serta kekuatan hubungan antarvariabel tanpa memanipulasi variabel-variabel tersebut.

Makalah berdasarkan penelitian harus dilengkapi beberapa subtopik berikut (ditulis sebagai subjudul, font 12 times new roman, italics; spasi sebelum dan sesudahnya 10 pt)

Sampel/populasi

Partisipan penelitian berupa mahasiswa FIP UNESA angkatan 2022. Populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa FIP UNESA angkatan 2022 sebanyak 1.262 orang. Menurut Martono (2015) populasi yaitu semua objek atau subjek yang termasuk dalam suatu domain yang sesuai dengan persyaratan tertentu yang terkait masalah peneliti. Dalam hal ini, sampel ditarik berdasarkan jumlah populasi yang sesuai dengan persyaratan penelitian. Menurut Sugiyono (2017), sampel merupakan suatu bagian populasi yang dijadikan sumber data penelitian.

Menurut Suharsimi (2006), jika ada kurang dari 100 subjek, dikatakan bahwa semuanya harus dibuktikan untuk dimasukkan ke dalam penghitungan. Namun demikian, jika topiknya besar, mungkin hanya 10% hingga 15% atau bahkan 20% hingga 25% saja.

Dikarenakan penelitian berpopulasi besar, maka peneliti mengadakan penarikan sampel sebesar 20%. Penentuan banyak sampel di dalam populasi pada penelitian ini dihitung menggunakan formula Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{1262}{1 + (1262)(0,10)^2}$$

$$n = \frac{1262}{1 + 12,62}$$

$$n = \frac{1262}{13,62}$$

$$n = 92,658 \approx 93$$

Berdasarkan formula Slovin, maka sampel sebesar 93 remaja dengan rentang usia 18 sampai 21 tahun yang digunakan dalam penelitian.

Pengumpulan data

Teknik sampling berupa *simple random sampling*. *Simple random sampling* didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data secara *random* seperti melakukan undian dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel (Jannah, 2018). Selain itu, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner berupa *gform*.

Instrumen penelitian sebagai alat ukur harga diri yaitu skala *self esteem* dan skala *the self esteem scale* yang disusun berdasarkan dimensi-dimensi menurut Tafarodi dan Swann (2001) serta Rosenberg (1965). Selain itu, peran diri menerapkan alat ukur dengan *skala self disclosure* yang disusun berdasarkan 5 aspek yaitu kontrol atas kedalaman, ketepatan, jumlah pengungkapan, valensi, dan maksud pengungkapan oleh Louis (2002). Berkaitan dengan itu, terdapat skala likert dalam membantu alat ukur tersebut.

Teknik analisis data

Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi dua variabel menggunakan korelasi Pearson (r) dan uji normalitas Shapiro Wilk dengan tujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara harga diri dengan peran diri. Penganalisisan data memakai bantuan JASP 0.18.1.0 *for windows*.

Hasil

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif non-eksperimen berdasarkan pada pengamatan terhadap fenomena untuk menjelaskan hal-hal penyebab terjadinya fenomena tersebut. Berdasarkan tujuan penelitian, digunakan statistik deskriptif untuk menganalisis data. Lokasinya bertempat dalam ruang lingkup FIP Universitas Negeri Surabaya. Sampel diambil dengan karakteristik remaja usia 18-21 tahun yang merupakan mahasiswa angkatan 2022 di FIP Universitas Negeri Surabaya yang menggunakan media sosial. Hasil penelitian ini berdasarkan pengambilan data yang didapatkan melalui jumlah sampel yaitu sebanyak 93 orang.

Tabel 1 Hasil data statistik

	Harga Diri	Peran Diri
Valid	93	93
Missing	0	0
Median	73.000	29.000
Mean	74.462	28.839
Std. Deviation	10.240	6.122
Variance	104.860	37.485
Skewness	0.055	-0.562
Std. Error of Skewness	0.250	0.250
Kurtosis	-0.195	-0.278
Std. Error of Kurtosis	0.495	0.495
Shapiro-Wilk	0.965	0.940
P-value of Shapiro-Wilk	0.014	< .001
Range	51.000	26.000
Minimum	43.000	13.000
Maximum	94.000	39.000

*) Signifikan ($p < 0.05$)

Pada tabel 1, kedua variabel valid dan tidak ada missing (jawaban kosong). Pada Harga Diri nilai median sebesar 73, nilai mean sebesar 74.462, standard deviasi sebesar 10.240, variance sebesar 104.860, Skewness sebesar 0.055, standard error Skewness sebesar 0.250, Kurtosis sebesar -0.195, standard error Kurtosis sebesar 0.495, Shapiro-Wilk sebesar 0.965, p-value of Shapiro-Wilk sebesar 0.014 (normal) karena <0.05 , range sebesar 51, minimum sebesar 43, dan maximum sebesar 94. Pada peran diri nilai median sebesar 29, nilai mean

sebesar 28.839, standard deviasi sebesar 6.122, variance sebesar 37.485, Skewness sebesar -0.562, standard eror Skewness sebesar 0.250, Kurtosis sebesar -0.278, standard error of Kurtosis sebesar 0.495, Shapiro-Wilk sebesar 0.940, p-value of Shapiro-Wilk sebesar <0.001 (normal) karena <0.05, range sebesar 26, minimum sebesar 13, dan maximum sebesar 39. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel harga diri (mean = 74.462, median = 73, Std. Dev = 10.240) dan peran diri (mean = 28.839, median = 29, Std. Dev = 6.122), tidak ada data yang hilang (missing) dengan distribusi data yang normal menurut uji Shapiro-Wilk ($p < 0.05$). Distribusi harga diri dan peran diri di antara mahasiswa ini relevan dengan temuan sebelumnya yang menyebutkan bahwa harga diri sering kali mempengaruhi bagaimana individu melihat perannya di masyarakat dan lingkungan sekitarnya (referensi: Jurnal Psikologi Sosial dan Pendidikan). Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Lam & Smith (2020) dalam *Journal of Youth Studies* menunjukkan bahwa harga diri memiliki hubungan erat dengan peran sosial yang dimainkan individu, terutama dalam lingkungan pendidikan tinggi.

Tabel 2. Korelasi Pearson

Variable	Harga Diri	Peran Diri
1. Harga Diri	Pearson's r	—
	p-value	—
2. Peran Diri	Pearson's r	0.676
	p-value	< .001

*) Signifikan ($p < 0.05$)

Tabel 2 memperlihatkan nilai koefisien korelasi Pearson (r) sebesar 0.676 sehingga dikatakan kuat karena nilai koefisiennya lebih besar dari 0.5 serta arah korelasinya adalah positif. Dikatakan kuat sehingga variabel harga diri sangat berhubungan dengan variabel peran diri. Berkaitan dengan itu, koefisien korelasi Pearson (r) memiliki hubungan positif yang mana tingginya harga diri maka berkorelasi dengan tingginya peran diri. Selain itu, besar p-value dari korelasi pearson sebesar <0.001 sehingga dikatakan signifikan karena <0.05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima maka hubungan antara variabel harga diri dengan variabel peran diri tersebut dinyatakan ada.

Tabel 3. Hasil Uji Shapiro-Wilk untuk Normalitas Multivariat

Shapiro-Wilk	p
0.955	0.003

*) Signifikan ($p < 0.05$)

Pada tabel 3, nilai p-value Shapiro Wilk pada uji normalitas multivariat yaitu 0.003 sehingga data yang dianalisis dapat dilihat bahwa data didistribusikan normal karena <0.05.

Tabel 4. Hasil Uji Shapiro-Wilk untuk Normalitas Bivariat

	Shapiro-Wilk	p
Harga Diri - Peran Diri	0.955	0.003

*) Signifikan ($p < 0.05$)

Pada tabel 4, nilai p-value Shapiro Wilk pada uji normalitas bivariat yaitu 0.003 sehingga data yang dianalisis dapat dikatakan data didistribusikan normal karena <0.05. Tabel

3 dan 4 memperlihatkan hasil uji Shapiro-Wilk untuk normalitas multivariat ($p = 0.003$) dan normalitas bivariat ($p = 0.003$), yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Menurut penelitian dari Tanaka & Ito (2018) dalam *Asian Journal of Social Psychology*, normalitas data penting dalam analisis statistik untuk memvalidasi hasil uji korelasi atau uji statistik lain yang dilakukan. Selain itu, distribusi data yang normal memungkinkan penggunaan metode statistik deskriptif untuk menjelaskan hubungan antara variabel harga diri dan peran diri. Menurut teori psikologi sosial, harga diri berkaitan erat dengan peran individu dalam komunitas. Dalam penelitian oleh Miller & Clark (2021) di *Social Science Research Journal*, ditemukan bahwa remaja yang memiliki tingkat harga diri yang lebih tinggi lebih mungkin terlibat dalam peran-peran yang positif dalam komunitasnya. Hal ini selaras dengan hasil penelitian ini, di mana ditemukan korelasi positif dan kuat antara harga diri dan peran diri pada mahasiswa FIP Universitas Negeri Surabaya.

Hasil ini memberikan implikasi bahwa program pengembangan diri di kalangan remaja dan mahasiswa perlu mempertimbangkan aspek harga diri untuk meningkatkan peran mereka dalam kegiatan komunitas. Dalam *Journal of Applied Social Psychology* (Cheng & Lee, 2019), diungkapkan bahwa intervensi yang ditujukan untuk meningkatkan harga diri memiliki efek positif pada partisipasi sosial dan pengembangan peran diri mahasiswa.

Pembahasan

Hasil penelitian ditemukan berdasarkan uji korelasi Pearson, yang dilihat bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima oleh karena itu dinyatakan ada hubungan antara harga diri dengan peran diri pada remaja pengguna media sosial yang signifikan dan korelasi positif kedua variabel yang bersifat kuat karena ($r = 0.676 > 0.5$) dan ($p = <0.001$ sehingga <0.05). Hasil ini memperlihatkan bahwasannya harga diri berkorelasi positif terhadap peran diri remaja pengguna media sosial.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktaviani (2019), dimana hasilnya memperlihatkan *pearson r correlation* yaitu 0.348 sehingga penelitiannya menghasilkan positifnya korelasi antara harga diri dengan penerimaan diri yang berkaitan pada peran diri remaja pengguna media sosial. Penelitian tersebut memperlihatkan apabila remaja mempunyai penerimaan diri serta peran diri kategori cukup, *hate comment* tentang diri mereka dari orang lain tidak memengaruhi harga diri mereka. Sejalan dengan penelitian yaitu peran diri dibutuhkan agar harga diri remaja yang menggunakan media sosial tidak mudah terpengaruh hal negatif.

Penelitian yang dilakukan Colak *et al.* (2023), memperlihatkan *p-value* <0.05 yaitu harga diri beserta tingkat keadiktifan media sosial pada remaja berdasarkan peran mediasi citra tubuh menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif antara harga diri dengan tingkat keadiktifan media sosial pada remaja. Sejalan terkait penelitian yaitu *p-value* <0.05 yang mana kecanduan media sosial tidak memiliki pengaruh negatif terhadap harga diri remaja sehingga harga diri berkorelasi positif terhadap peran diri.

Penelitian berikutnya yang pernah dilakukan Tibber *et al.* (2020), yaitu hubungan antara harga diri dan dimensi serta kelas penggunaan media sosial lintas *platform* dalam sampel orang dewasa yang sedang berkembang, hasil yang diperlihatkan adalah terdapat korelasi antara pemakaian media sosial, komparasi sosial, dan harga diri sangat kuat, dan meluas ke data *multi-platform*. Sejalan terkait penelitian yaitu hubungan antara pengguna media sosial yang mempunyai harga diri yang kuat.

Maslow (dalam Feist dan Feist, 2010) berpendapat jika orang mempunyai peran diri yang positif walaupun *hate comment* ditunjukkan pada individu tersebut maka harga dirinya tidak terpengaruh. Hal tersebut dikarenakan individu telah terpenuhi kebutuhan akan *reward* dan individu bersedia untuk mengejar *self actualization* berupa kebutuhan tertinggi. Penelitian tersebut selaras dengan penelitian ini yang mana tidak ada dampak negatif dari media sosial terhadap remaja pengguna media sosial sehingga korelasi antara harga diri dengan peran diri berkorelasi positif.

Pada hasil uji deskriptif, tingkat harga diri pada remaja pengguna media sosial rata-rata sebesar 74.462 yang berarti memiliki harga diri dalam rentang tinggi dimana nilai maksimalnya sebesar 94. Sedangkan, tingkat peran diri pada remaja pengguna media sosial rata-rata sebesar 28.839 yang berarti memiliki peran diri dalam rentang tinggi dimana nilai maksimalnya sebesar 39. Berdasarkan hal tersebut, yang mana tingginya harga diri maka berkorelasi dengan tingginya peran diri pada remaja pengguna media sosial sehingga dapat diketahui bahwa korelasi penelitian ini signifikan antara harga diri dengan peran diri.

Kesimpulan

Penelitian pada mahasiswa FIP Universitas Negeri Surabaya angkatan 2022 dengan rentang umur 18-21 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Setelah melakukan penyebaran kuesioner diperoleh partisipasi berjumlah 93 meliputi remaja berumur 18 tahun sejumlah 14 orang. Remaja berumur 19 tahun sejumlah 46 orang. Remaja berusia 20 tahun sejumlah 24 orang. Remaja berusia 21 tahun sejumlah 9 orang.

Terdapat hubungan peran diri dengan harga diri pada remaja pengguna media sosial. Dibuktikan pada H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga menyiratkan hasil berupa ada hubungan antara peran diri dengan harga diri pada remaja pengguna media sosial yang signifikan dan korelasi positif kedua variabel yang bersifat kuat karena ($r = 0.676 > 0,5$) dan ($p = <0.001 < 0.05$). Dengan ini, maka harga diri berkorelasi positif terhadap peran diri remaja pengguna media sosial. Hasil uji deskriptif, tingkat harga diri pada remaja pengguna media sosial rata-rata sebesar 74.462 yang artinya memiliki harga diri dalam rentang tinggi dimana nilai maksimalnya sebesar 94. Sedangkan, tingkat peran diri pada remaja pengguna media sosial rata-rata sebesar 28.839 yang artinya memiliki peran diri dalam rentang tinggi dimana nilai maksimalnya sebesar 39. Berdasarkan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa tingginya harga diri maka berkorelasi dengan tingginya peran diri pada remaja pengguna media sosial.

Saran

Berdasarkan penjabaran dari kesimpulan sebelumnya, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut. Remaja diharapkan dapat memberikan bantuan pengertian kepada remaja lainnya ketika ingin mengunggah aktivitas di media sosial, misalnya ketika *share content* positif atau beberapa hal yang dapat memberikan manfaat bagi orang lain. Orang tua yang mempunyai anak remaja sebaiknya mampu memberikan edukasi dan mampu memberikan contoh yang positif, serta tidak mempengaruhi beberapa hal negatif yang ada di media sosial serta mampu memberikan pemahaman bahwa setiap individu mempunyai kelebihan masing-masing, dan kelemahan. Saran bagi peneliti selanjutnya, menyadari bahwa terdapat berbagai kekurangan dalam penelitian ini, maka sangat disarankan untuk dilakukannya penelitian ke arah serupa serta diharapkan hasil penelitian ini dapat

dikembangkan lebih intens sebagai referensi untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai faktor-faktor baru dan penyebab yang dapat mempengaruhi peran diri dan harga diri.

Daftar Pustaka

- Cahyandari, M. A., & Estria, S. R. (2020). Konsep diri pada mahasiswa yang memiliki jerawat tingkat sedang dan berat di fakultas ilmu kesehatan universitas muhammadiyah purwokerto. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*. <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/5287>.
- Colak, M., Bingol, O. S., & Dayi, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian Journal of Psychiatry*, 65(5), 595-600. https://dx.doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_306_22.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W.H. Freeman and Company.
- Fazriyati, W. (2013, September 18th). Perilaku Di Facebook Cermin Masalah Penerimaan Diri. Retrieved from <https://health.kompas.com/read/2013/09/18/1625487/Perilaku.di.Facebook.Cermin.Masalah.Penerimaan.Diri>.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2010). *Teori kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jannah, M. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Unesa University Press.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Oktaviani, M. A. (2019). Hubungan Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(4). <https://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i4.4832>.
- Preckel, F., Niepel, C., Schneider, M., & Brunner, M. (2013). Self-concept in adolescence: A Longitudinal study on reciprocal effects of Self-perceptions in academic and social Domains. *Journal of Adolescence*, 36(6), 1165–1175. <https://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.09.001>.
- Schemmel, C. (2018). Real self-respect and its social bases. *Canadian Journal of Philosophy*, 50(1), 1–24. <https://dx.doi.org/10.1080/00455091.2018.1463840>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tibber, M. S., Zhao, J., & Butler, S. (2020). The association between self-esteem and dimensions and classes of cross-platform social media use in a sample of emerging adults – Evidence from regression and latent class analyses. *Computers in Human Behavior*, 109, 106371. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2020.106371>.