

Hubungan *Self-Esteem* dengan *Online Disinhibition* pada *Emerging Adult* Pengguna Media Sosial X

The Relationship between Self-Esteem and Online Disinhibition in Emerging Adult Social Media Users X

Meir Tasya Ilza Shafira*

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: meir.21054@mhs.unesa.ac.id

Vania Ardelia

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: vaniaardelia@unesa.ac.id

Abstrak

Self-esteem merupakan salah satu aspek psikologis yang memengaruhi bagaimana individu dapat menunjukkan perilaku yang berbeda di media sosial. Perbedaan perilaku yang berbeda ini dapat disebut sebagai *online disinhibition*. *Online disinhibition* ini memungkinkan individu menunjukkan perilaku yang positif ataupun agresif. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah guna mengetahui bagaimana hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X. Metode yang dipakai dalam penelitian adalah kuantitatif dengan melibatkan 385 responden usia *emerging adult* pengguna media sosial X. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Alat ukur untuk mengukur *self-esteem* yang digunakan adalah adaptasi *Self-Liking/Self-Competence Scale-Revised* (SLCS-R) ke dalam bahasa Indonesia. Sedangkan, *online disinhibition* diukur dengan menggunakan modifikasi *Online Disinhibition Scale* (ODS). Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson dengan nilai korelasi sebesar -0,229 ($r=-,0229$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p<0,05$). Hasil tersebut mengartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X dengan arah hubungan negatif.

Kata kunci : Harga diri; disinhibisi daring; *emerging adult*; media sosial X

Abstract

Self-esteem is one of the psychological aspects that influence how individuals can show different behaviors on social media. This difference in behavior can be referred to as *online disinhibition*. This *online disinhibition* allows individuals to show positive or aggressive behavior. The purpose of this research is to find out how the relationship between *self-esteem* and *online disinhibition* in *emerging adult social media users X*. The method used in the research is quantitative by involving 385 respondents of *emerging adult* users of social media X. The data were collected through questionnaires. Data collection was done through distributing questionnaires. The measuring instrument to measure *self-esteem* used is the adaptation of the *Self-Liking/Self-Competence Scale-Revised* (SLCS-R) into Indonesian. Meanwhile, *online disinhibition* was measured using the modified *Online Disinhibition Scale* (ODS). Data were analyzed using Pearson correlation test with a correlation value of -0.229 ($r=-.0229$) and a significance value of 0.000 ($p<0.05$). These results mean that there is a significant relationship between *self-esteem* and *online disinhibition* in *emerging adult social media users X* with a negative relationship direction.

Keywords : *Self-esteem*; *online disinhibition*; *emerging adult*; social media X

Article History	
<p>Submitted : 09-07-2025</p> <p>Final Revised : 14-07-2025</p> <p>Accepted : 19-07-2025</p>	<div data-bbox="986 273 1262 344" style="text-align: center;">  </div> <p data-bbox="815 383 1326 409"><i>This is an open access article under the CC-BY-SA license</i></p> <p data-bbox="815 432 1358 481"><i>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i></p>

Media sosial merupakan salah satu hal yang saat ini tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Hal ini terlihat dari perkembangan media sosial yang begitu pesat. Tahun 2023, secara global pengguna media sosial berada pada angka 4,6 miliar atau 57% dari populasi dunia (GSMA, 2024). Statistik ini menunjukkan bahwa media sosial telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh dunia. Menormalisasi pemakaian media sosial, memunculkan perubahan dalam cara berinteraksi secara interpersonal (Defede dkk., 2021).

Media sosial mengubah cara pengguna berkomunikasi dan terhubung dengan melalui pendekatan yang berbeda dengan interaksi di dunia nyata. Di dalam media sosial pengguna dapat berinteraksi secara fleksibel dengan meninggalkan komentar, mengunggah foto, ataupun membagikan kehidupan mereka kapanpun mereka inginkan (Gu, 2022). Interaksi yang dilakukan melalui media sosial bisa dilakukan dengan lebih leluasa, karena tidak terhalang oleh ruang dan waktu, dibandingkan dengan interaksi di dunia nyata yang perlu dilakukan secara tatap muka. Menurut Suryani dkk. (2020) saat ini bahkan media sosial sudah menjadi media komunikasi sehari-hari yang dapat membentuk persepsi masyarakat.

Perkembangan media sosial yang terjadi dengan pesat, memungkinkan setiap orang dari belahan dunia manapun menggunakannya, termasuk di Indonesia. Berdasarkan perkembangannya, penggunaan media sosial di Indonesia terjadi secara masif. Pada tahun 2024, Indonesia menempati urutan kelima sebagai negara yang penduduknya paling banyak menggunakan media sosial (World Population Review, 2024). Berdasarkan data dari Data Reportal (2024) jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 185,3 juta pengguna, sedangkan jumlah yang menggunakan media sosial adalah sebesar 139 juta (49,9%) populasi penduduk Indonesia.

Dengan adanya beragam media sosial, beberapa platform media sosial yang menjadi favorit masyarakat Indonesia, seperti WhatsApp sebesar 34,8%, Instagram sebesar 19,6%, TikTok sebesar 17,7%, Facebook sebesar 11,6%, dan X (Twitter) sebesar 6,9% (Data Reportal, 2024). Media sosial digunakan oleh penggunanya untuk mengisi waktu luang dengan persentase sebesar 58,9%, terhubung dengan keluarga dan teman sebanyak 57,1%, serta mengikuti tren sebesar 48,8% (Data Reportal, 2024). Dari beragamnya tujuan pengguna, media sosial dianggap telah melekat dalam kehidupan masyarakat sebagai media komunikasi, penyedia berbagai informasi, dan sumber mencari hiburan (Ardelia, 2024; Pratiwi dkk., 2024; Rahma dkk., 2024).

Setiap media sosial memiliki karakteristik unik dalam memenuhi kebutuhan penggunanya. Salah satu media sosial yang menonjol dalam hal penyebaran informasi serta interaksi secara *real-time* dan dinamis adalah media sosial X, karena menyediakan fitur unik seperti *trending topics* serta *threads* (Rizqi & Heriyanto, 2023; Zaskya dkk., 2021). X merupakan jenis media sosial berbentuk jurnal *online* sederhana atau biasa disebut dengan *microblogging* yang memfasilitasi pengguna dalam menulis opini, membagikan aktivitas ataupun informasi di akun miliknya (Purwa, 2022; Simbolon & Siahaan, 2021). Media sosial X tidak hanya memberikan pengguna medium untuk mengikuti perkembangan berita ataupun tren, tetapi juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara aktif dengan sesamanya

(Harahap dkk., 2024). Atas dasar inilah, media sosial X digunakan sebagai lokasi penelitian untuk mengungkap hubungan *self-esteem* dengan *online disinhibition*.

Berdasarkan data dari Duarte (2025) pengguna media sosial X dengan jumlah paling banyak berasal dari rentang usia 25-34 (30%) dan 18-24 (27,6%). Data ini menunjukkan bahwa demografi usia pengguna media sosial X didominasi oleh generasi muda. Meskipun berada dalam urutan kedua, kelompok usia 18-24 tahun yang menggunakan media sosial X menarik untuk dibahas, karena kelompok usia ini termasuk dalam kelompok usia *emerging adult*.

Emerging adult merupakan fase transisi pada usia 18-25 tahun dari fase remaja menuju fase dewasa (Arnett, 2000). Individu pada fase ini tidak sepenuhnya lagi melihat dirinya sebagai remaja, akan tetapi individu juga belum sepenuhnya menganggap bahwa dirinya merupakan orang dewasa. Pada fase *emerging adult*, individu mulai melakukan eksplorasi terkait dirinya, membangun hubungan sosial yang lebih luas, serta berusaha untuk mencapai kemandirian ekonomi serta emosional (Arnett, 2015). Terkait fase tersebut, media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan *emerging adults* sebagai sarana untuk melakukan eksplorasi dan menampilkan diri (Hasanati & Aviani, 2020). Sehingga, menarik untuk memahami bagaimana *emerging adult* menggunakan media sosial.

Berdasarkan gagasan dari Coopersmith (1967) perkembangan diri yang terjadi pada *emerging adult* membuat kelompok usia ini rentan dengan pengaruh eksternal. Dengan semakin berkembangnya media sosial, pengaruh eksternal yang dimaksud dapat berasal dari media sosial (Yerofeyeva dkk., 2024). Media sosial memungkinkan *emerging adult* untuk mengekspresikan diri, mencari validasi sosial, serta membentuk persona sesuai dengan apa yang diinginkan (Nugraeni, 2024). Bentuk ekspresi diri yang dilakukan oleh pengguna media sosial, terutama remaja adalah dengan membagikan berbagai aktivitas atau kegiatan yang dilakukan, membagikan pengalaman pribadi, foto, atau bahkan video (Ramadhani, 2024). Sebagai medium yang berfungsi untuk menghubungkan individu dengan sesamanya, *emerging adult* juga memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan teman-temannya (Baun & Rahayu, 2023). Interaksi yang dapat dilakukan di media sosial berupa *likes*, komentar, ataupun saling mengikuti media sosial satu sama lain (Hermawan & Gassing, 2023).

Berkaitan dengan penggunaan media sosial, kelompok usia *emerging adult* yang sedang mengalami proses eksplorasi, juga menggunakan media sosial untuk mendapatkan validasi eksternal (Nugraeni, 2024). Bentuk validasi yang dapat diperoleh melalui media sosial berupa jumlah pujian dari kolom komentar ataupun jumlah *likes* yang diperoleh (Listyowantira & Ardi, 2018). Hal ini membuat individu secara tidak sadar mengaitkan harga diri mereka dengan respons yang diperoleh melalui media sosial (Valkenburg dkk., 2017). Respons positif yang diterima melalui media sosial memicu perasaan puas dan senang (Ballara, 2023). Sedangkan, respons negatif yang diterima melalui media sosial menyebabkan perasaan penolakan serta harga diri yang rendah. Hal ini pada akhirnya membuat individu berusaha untuk menampilkan citra positif di media sosial (Mocodompis dkk., 2024).

Sebagai medium yang memungkinkan individu untuk menampilkan diri dalam ruang publik secara virtual, media sosial kerap digunakan sebagai tempat untuk menunjukkan citra diri dan impresi yang baik (Arifah dkk., 2023). Individu cenderung menunjukkan unggahan, baik foto maupun video dengan kondisi terbaik dari dirinya yang seringkali berbeda dengan kondisi yang sebenarnya (Purnamasari & Agustin, 2018). Menurut Nugraha dkk. (2022) perilaku yang berbeda dalam dunia maya serta di dunia nyata dapat ditunjukkan oleh pengguna media sosial. Kondisi ketika individu menunjukkan interaksi yang tidak sama antara di dunia maya dan realita berkaitan dengan fenomena *online disinhibition*.

Online disinhibition merupakan fenomena ketika individu merasa lebih bebas dalam berperilaku dan mengekspresikan dirinya saat berada di dunia maya, dibanding saat berada di dunia nyata (Suler, 2004). Berdasarkan penelitian Lapidot-Lefler dan Barak (2015) kondisi *anonymity* dan *invisibility* di media sosial membuat pengguna media sosial lebih mudah

mengungkapkan emosi pribadi dan berpotensi menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih intim. Penelitian Joinson (2001) menyebutkan bahwa *online disinhibition* memungkinkan individu yang kesulitan terbuka dan mengekspresikan diri di dunia nyata, merasa lebih nyaman untuk membagikan informasi pribadinya melalui media sosial, karena faktor *anonymity* yang membuat identitas individu tidak bisa diketahui oleh orang lain. Sehingga, pengguna media sosial akan lebih leluasa untuk membangun citra diri.

Penelitian Arifah dkk. (2023) menjabarkan terkait *self-esteem* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap bagaimana *emerging adult* membangun citra diri dalam *platform* media sosial. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung menampilkan diri mereka dengan cara yang sama seperti diri mereka yang sebenarnya di dunia nyata. Sedangkan, individu yang memiliki nilai *self-esteem* rendah cenderung membentuk citra dirinya secara berbeda dengan realitas diri di dunia nyata. Perbedaan citra diri yang ditunjukkan ini bertujuan untuk mendapatkan validasi sosial di dunia maya dari jumlah *likes*, komentar, ataupun jumlah pengikut (Arifah dkk., 2023).

Berdasarkan penelitian Ariesandy dan Ariana (2023), sejauh mana pengguna media sosial mengalami *online disinhibition* juga berkaitan dengan aspek psikologis internal individu, seperti *self-esteem*. *Self-esteem* dapat dimaknai sebagai penilaian individu kepada diri sendiri, yang terwujud dalam bentuk penilaian secara positif ataupun penilaian secara negatif (Rosenberg, 1965). Dalam konteks penggunaan media sosial, Ahababi dkk. (2024) menyatakan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah memiliki kecenderungan untuk bermedia sosial dengan tujuan mencari validasi melalui jumlah *likes* dan *followers* yang diperoleh. Penelitian tersebut juga mengungkapkan hal sebaliknya, yakni individu dengan *self-esteem* tinggi memiliki kecenderungan menggunakan media sosial untuk kegiatan positif seperti berinteraksi dengan teman ataupun membagikan pengalaman positif.

Berkaitan dengan penggunaan media sosial oleh *emerging adult*, penelitian Tambunan dkk. (2022) mengupas tentang penggunaan media sosial yang berdampak signifikan terhadap *self-esteem* di kalangan *emerging adult*. *Self-esteem* yang merupakan bentuk dari penilaian diri dapat dipengaruhi oleh perbandingan sosial melalui *platform* media sosial. Penelitian ini menegaskan bahwa banyak *emerging adult* yang terjebak dalam perbandingan sosial yang negatif. Sedangkan, berdasarkan penelitian Schreurs dan Vandenbosch (2022) menunjukkan bahwa *emerging adult* dengan *self-esteem* tinggi, menggunakan media sosial untuk melakukan interaksi dengan teman, keluarga, ataupun membangun jaringan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Wang dkk. (2014) menghubungkan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition* dengan hasil yang menunjukkan bahwa pengguna internet yang memiliki *self-esteem* rendah memiliki kecenderungan untuk lebih terbuka serta menjadi kurang terkendali ketika berada di ruang maya. *Online disinhibition* membuat pengguna internet merasa lebih bebas, sehingga individu menjadi lebih terbuka dalam mengungkapkan dirinya.

Sebelum terjun melakukan penelitian, dilakukan prapenelitian yang digunakan sebagai data pendukung untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada populasi penelitian. Dari prapenelitian yang dilakukan, diperoleh sebesar 83,8% responden menyatakan bahwa responden mengekspresikan diri secara berbeda saat berada dalam dunia maya dengan ketika di dunia nyata. Hal itu disebabkan karena *platform* tersebut memberikan fasilitas *anonymity* yang dapat menyamarkan identitas pengguna. Beberapa pernyataan yang disampaikan responden berkaitan dengan perbedaan dalam mengekspresikan diri yang menjadi lebih berani, kritis, frontal, detail, bahkan terbuka saat berada dalam media sosial. Dari seluruh responden yang terlibat prapenelitian, sebanyak 58,1% responden menunjukkan kepuasan terhadap harga diri mereka. Namun, sebanyak 58% responden juga menyatakan bahwa mereka memiliki pengalaman untuk menggunakan media sosial dengan impulsif dan berani.

Prapenelitian menunjukkan hasil yang sesuai dengan hasil dalam penelitian terdahulu. Data prapenelitian mengungkapkan bahwa responden menggunakan media sosial untuk

beberapa hal seperti: membaca konten tanpa berinteraksi (90,3%); memberi *like* atau komentar (80,6%); mengunggah foto, video, atau pengalaman pribadi (32,25%); dan berdiskusi atau berdebat di kolom komentar (19,35%). Didukung oleh data penelitian terdahulu, hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki *self-esteem* tinggi cenderung menggunakan media sosial yang dimiliki untuk berinteraksi secara positif (Ahbabi dkk., 2024; Arifah dkk., 2023).

Hasil prapenelitian tidak selalu sesuai dengan penelitian terdahulu. Terdapat pula perbedaan antara hasil prapenelitian dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa individu yang memiliki *self-esteem* rendah memiliki kecenderungan dalam menggunakan media sosial secara lebih terbuka dan agresif (Wang dkk., 2014). Sedangkan, hasil dari prapenelitian ini menunjukkan hasil bahwa lebih dari separuh responden menyatakan kepuasan terhadap harga dirinya. Akan tetapi, responden juga menyampaikan terkait pengalaman impulsif dan berani yang dimiliki ketika menggunakan media sosial.

Perbedaan antara hasil yang diperoleh dalam prapenelitian dan hasil penelitian terdahulu dapat menjadi pembeda yang akan diteliti dalam penelitian ini. Temuan dalam prapenelitian semakin memperkuat perlunya dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana hubungan *self-esteem* dengan *online disinhibition*. Alasan lainnya juga disebabkan karena penelitian yang secara langsung meneliti hubungan *self-esteem* dengan *online disinhibition* masih jarang dijumpai. Sehingga, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan terkait variabel-variabel tersebut.

Dorongan lain dari pesatnya perkembangan media sosial X sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan *emerging adult* membangun identitas dalam dunia digital serta mencari validasi sosial juga memperkuat pelaksanaan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara variabel *self-esteem* dengan *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X.

Metode

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dan pendekatan korelasional. Penelitian korelasional digunakan untuk mengetahui kekuatan serta arah hubungan variabel penelitian (Azwar, 2017). Metode kuantitatif korelasional digunakan untuk mengetahui hubungan variabel *self-esteem* dengan variabel *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X.

Sampel / Populasi

Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini menerapkan *purposive sampling*. Penerapan *purposive sampling* dipakai untuk menyaring populasi sesuai kriteria tertentu yang lebih spesifik dan sesuai dengan topik penelitian (Azwar, 2017). Jenis *sampling* memuat beberapa kriteria yang perlu dipenuhi oleh responden, di antaranya yaitu:

- a. Berusia 18-25 tahun
- b. Pengguna media sosial X dengan domisili Indonesia
- c. Memiliki akun media sosial X serta aktif dalam menggunakannya

Dalam penelitian ini, tidak diketahui secara pasti *emerging adult* pengguna media sosial X. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui pasti jumlahnya ditentukan berdasarkan rumus Cochran (Sugiyono, 2023):

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Keterangan:

- a. n = Jumlah sampel
- b. Z = Nilai Z dari distribusi normal (1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%)
- c. p = Peluang benar 50% (0,5)
- d. q = Peluang salah 50% (0,5)
- e. e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya 5%

Berdasarkan rumus tersebut, perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan nilai $p = 0,5$, nilai $q = 0,5$, tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1.96$), dan tingkat kesalahan 5% (0,5):

$$n = \frac{(196)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,5)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,25} = 384,16$$

Sesuai dengan nilai yang diperoleh di atas maka jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini berjumlah 385 responden.

Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei dalam bentuk penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner dapat dipahami sebagai salah satu bentuk instrumen pengumpulan data yang sifatnya fleksibel serta penggunaannya mudah. Dalam hal ini reliabilitas hasil akan sangat bergantung pada kejujuran responden sebagai subjek penelitian (Azwar, 2017). Skala yang digunakan dalam mengukur variabel *self-esteem* adalah adaptasi alat ukur *Self-Liking/Self-Competence Scale-Revised* (SLCS-R) milik Tafarodi dan Swann (2001) yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Sedangkan, untuk variabel *online disinhibition* diukur dengan melakukan modifikasi alat ukur *Online Disinhibition Scale* (ODS) dari Kiswantomo dkk. (2014).

Seluruh aitem yang digunakan dalam penelitian telah melalui tahapan uji validitas serta uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 26 for Windows. Hasil yang diperoleh dari uji validitas untuk variabel *self-esteem* adalah ditemukan 2 aitem gugur dari 16 aitem. Sehingga, aitem yang digunakan dalam penelitian berjumlah 14 aitem. Sedangkan, untuk nilai reliabilitas Cronbach Alpha yang diperoleh adalah sebesar 0,811. Dalam proses uji validitas, seluruh aitem variabel *online disinhibition* yang berjumlah sebanyak 11 aitem dinyatakan lolos dan dapat digunakan dengan perolehan nilai reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0,744.

Analisis Data

Proses analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa uji. Dimulai dari uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan nilai *sig.* > 0,05 untuk data dapat dikatakan normal. Kemudian, terdapat uji linearitas yang dilakukan menggunakan *Test for Linearity* dengan nilai *sig. (deviation from linearity)* > 0,05 untuk data dapat dinyatakan linear. Uji yang terakhir adalah uji hipotesis dengan menggunakan korelasi *Pearson's Product Moment* untuk mengetahui hubungan kedua variabel tersebut dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS Statistics 26 for Windows.

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

Data secara kuantitatif yang diperoleh dari variabel yang diteliti diubah ke dalam bentuk deskripsi dengan menampilkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, dan jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin. Data yang diperoleh yakni:

Tabel 1. Deskripsi Statistik *Self-Esteem* dan *Online Disinhibition*

Jenis Kelamin		<i>Self-Esteem</i>	<i>Online Disinhibition</i>
Laki-laki	<i>Mean</i>	43,34	19
	<i>Std. Deviation</i>	8,218	6,718
	N	38	38
Perempuan	<i>Mean</i>	43,77	18,94
	<i>Std. Deviation</i>	8,501	5,217
	N	347	347
Total	<i>Mean</i>	43,72	18,94
	<i>Std. Deviation</i>	8,464	5,5
	N	385	385

Tabel 1. menunjukkan bahwa *mean self-esteem* pada responden laki-laki adalah sebesar 43,34 (SD = 8,218). Sementara, *mean* yang diperoleh responden perempuan sebesar 43,77 (SD = 8,501). Sedangkan, *mean* untuk *online disinhibition* pada responden laki-laki adalah sebesar 19 dengan nilai (SD = 6,718). Kemudian nilai *mean* pada responden perempuan adalah sebesar 18,94 dengan (SD = 5,217). Secara total, *mean self-esteem* berjumlah 43,72 (SD = 8,464) dan *mean online disinhibition* berjumlah 18,94 (SD = 5,5) pada 385 responden.

Penelitian ini juga melakukan kategorisasi untuk mengetahui tingkat responden pada variabel *self-esteem* dan *online disinhibition*. Kategorisasi untuk variabel *self-esteem* ini terdiri atas tiga bagian, seperti yang tercantum pada tabel berikut:

Tabel 2. Kategorisasi Nilai *Self-Esteem*

Kategori	Rentang Nilai	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 32,66$	48	12,5%
Sedang	$32,66 \leq X < 51,33$	274	71,2%
Tinggi	$51,33 \leq X$	63	16,4%
Total		385	100%

Tabel 2. menunjukkan bahwa tingkat *self-esteem emerging adult* responden penelitian berada pada kategori sedang yakni sebanyak 274 responden atau berada pada angka 71,2%. Sementara itu, sebanyak 63 responden berada pada rentang tinggi dengan nilai persentase 16,4%. Sisanya, yakni sebanyak 48 responden berada pada kategori rendah dengan persentase sebesar 12,5%.

Kategorisasi nilai yang diperoleh responden untuk variabel *online disinhibition* dapat dilihat pada tabel 3. dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Kategorisasi Nilai *Online Disinhibition*

Kategori	Rentang Nilai	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 11$	30	7,8%
Sedang	$11 \leq X < 22$	231	60%
Tinggi	$22 \leq X$	124	32,2%
Total		385	100%

Tabel 3. menunjukkan bahwa tingkat *online disinhibition emerging adult* mayoritas berada dalam kategori sedang dengan nilai persentase 60% dan jumlah responden sebanyak 231 responden. Kemudian, sebanyak 124 responden (32,2%) memperoleh rentang nilai tinggi. Sementara, 30 responden lainnya (7,8%) mendapatkan kategori rentang nilai rendah.

Uji Normalitas

Proses uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian dibantu dengan *software* SPSS *Statistics 26 for Windows* dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Data yang dianggap berdistribusi normal adalah ketika perolehan nilai *sig.* $> 0,05$ (Sihotang, 2023). Berikut merupakan hasil yang diperoleh dalam uji normalitas yang dilakukan:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

	Sig.
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Tabel di atas menyajikan nilai *sig.* (2-tailed) sebesar $p = 0,200$ ($> 0,05$) untuk uji normalitas pada alat ukur *self-esteem* dan *online disinhibition*. Perolehan nilai pada tabel 4. menunjukkan bahwa data dalam penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Penelitian ini melakukan uji linearitas menggunakan *Test for Linearity* pada *software* SPSS *Statistics 26 for Windows*. Data dengan nilai *sig.* (*deviation from linearity*) $> 0,05$ dapat dinyatakan linear (Sahir, 2021).

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

	Sig.
<i>Linearity</i>	0,000
<i>Deviation from Linearity</i>	0,078

Tabel 5. menunjukkan bahwa nilai *linearity* antara variabel *self-esteem* dengan variabel *online disinhibition* adalah sebesar $p = 0,000$ dan nilai *sig.* (*deviation from linearity*) sebesar $p = 0,078$ ($> 0,05$) yang dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel *self-esteem* dan *online disinhibition* adalah linear.

Uji Hipotesis

Pearson Product Moment digunakan dalam penelitian untuk mengetahui hubungan dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2023). Dalam hal ini, tujuan dilakukannya uji hipotesis adalah untuk memahami apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X. Proses

uji hipotesis dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS Statistics 26 for Windows. Hasil yang diperoleh akan dikategorisasikan dalam beberapa jenis sesuai nilai yang didapatkan. Kategorisasi nilai koefisien korelasi terbagi menjadi (Sugiyono, 2023):

Tabel 6. Interval Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Hipotesis

		SE	OD
<i>Self-Esteem</i>	<i>Pearson</i>	1	-.229**
	<i>Correlation</i>		
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		0,000
	N	385	385
<i>Online Disinhibition</i>	<i>Pearson</i>	-.229**	1
	<i>Correlation</i>		
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000	
	N	385	385

Note: SE; *Self-Esteem*, OD; *Online Disinhibition*

Tabel 7. menampilkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) mengartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X. Berdasarkan data ini maka H_0 dapat ditolak dan H_a diterima. Nilai perolehan koefisien korelasi -0,229 menunjukkan bahwa hubungan *self-esteem* dengan *online disinhibition* bersifat negatif dengan tingkat hubungan lemah.

Pembahasan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memahami hubungan antara variabel *self-esteem* dengan variabel *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dengan arah hubungan negatif antara variabel *self-esteem* dengan variabel *online disinhibition*. Atas dasar ini Hipotesis Alternatif (H_a) yang diajukan diterima dan Hipotesis Null (H_0) ditolak.

Hasil dalam penelitian ini selaras dengan penelitian Ariesandy dan Ariana (2023) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel *self-esteem* dengan variabel *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X secara signifikan. Namun, terdapat perbedaan hasil pada arah hubungan kedua variabel tersebut. Arah hubungan penelitian tersebut adalah positif, sedangkan dalam penelitian ini, arah hubungan kedua variabel bersifat negatif. Perbedaan ini dapat disebabkan karena perbedaan subjek penelitian, penelitian Ariesandy dan Ariana (2023) menggunakan subjek generasi Z sedangkan subjek dalam penelitian adalah *emerging adult*.

Berdasarkan penelitian terdahulu *emerging adult* merupakan transisi periode dari remaja menuju dewasa yang ditandai dengan kecenderungan untuk mengeksplorasi berbagai aspek kehidupan,

seperti pekerjaan, percintaan, hingga cara mendapatkan rekognisi dari dunia (Rahma & Setiasih, 2021). Penggunaan media sosial dapat meningkatkan rekognisi dunia kepada diri, akan tetapi penggunaan media sosial juga dapat memunculkan perbandingan diri yang dapat memengaruhi *self-esteem* (Ardelia, 2024; Tambunan dkk., 2022). Hal ini juga didukung oleh hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Arfianto dkk. (2024) dengan hasil yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dengan arah hubungan negatif antara tingkat penggunaan media sosial dengan *self-esteem*.

Temuan dalam penelitian Qodariyah dkk. (2024) memperkuat hubungan antara *self-esteem* dengan penggunaan media sosial dengan hasil yang menyoroti bahwa individu yang memiliki *self-esteem* yang rendah sering terjebak pada perbandingan sosial negatif melalui media sosial, karena ketidakpuasan terhadap kehidupan yang dimiliki. Pandangan ini juga semakin diperjelas melalui penelitian Evelin dan Adishesa (2020) yang menyatakan bahwa pengguna media sosial dengan *self-esteem* rendah memilih menggunakan media sosial untuk menghilangkan emosi negatif yang dirasakan. Ragam bentuk kegiatan yang dapat dilakukan dalam bermedia sosial antara lain berupa mengunggah postingan serta menerima umpan balik positif berupa *like* sebagai bentuk penerimaan eksternal (Syamsu dkk., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah membutuhkan penerimaan eksternal, karena individu tidak merasa dirinya berharga. Sehingga, individu memerlukan bentuk validasi dari luar.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian juga didukung oleh penelitian Wang dkk. (2014) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *online disinhibition* dan mengungkapkan bahwa pengguna internet yang memiliki *self-esteem* rendah cenderung lebih terbuka dan kurang terkendali ketika berada di ruang maya. *Online disinhibition* membuat pengguna internet merasa lebih bebas, sehingga individu menjadi lebih terbuka dalam mengungkapkan dirinya. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya *online disinhibition* seperti *anonymity* dan *invisibility* yang memungkinkan pengguna media sosial tidak menampilkan identitas di dunia nyata (Suler, 2004).

Tingkat *online disinhibition emerging adult* yang diperoleh dalam penelitian ini mayoritas berada pada kategori sedang. Hal ini mengartikan bahwa *emerging adult* akan cenderung menunjukkan perilaku yang berbeda ketika berada di dunia maya dibandingkan ketika berada di dunia nyata. Hasil dalam penelitian ini didukung oleh penelitian dari Haqie dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara anonimitas dengan *online disinhibition effect* dengan mayoritas responden yang berada pada kategori sedang. Artinya, responden memiliki kecenderungan untuk menampilkan hal-hal yang berbeda ketika di media sosial, dibandingkan dengan perilaku yang ditunjukkan di dunia nyata.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Solihin dan Basti (2023) menyebutkan jika terdapat hubungan yang signifikan dengan arah positif antara anonimitas dengan *disinhibisi daring*. Maknanya, jika anonimitas yang dapat difasilitasi dalam ruang maya semakin tinggi, kecenderungan individu untuk mengalami *online disinhibition effect* dengan menampilkan diri secara berbeda juga menjadi semakin tinggi. Terjadinya *online disinhibition* dapat disebabkan oleh adanya karakteristik secara psikologis dalam penggunaan internet yang mana hal ini dapat mendukung individu menjadi berbeda ketika di dunia maya. Karakteristik terkait psikologis juga berkaitan dengan kurangnya pemahaman terhadap dirinya sendiri atau disebut dengan kebingungan identitas (Anggarani & Amalia, 2021). Penelitian tersebut menyebutkan jika terdapat pengaruh mediasi *online disinhibition* pada hubungan kebingungan identitas dalam melakukan *cyberbullying* di internet.

Hal ini sejalan dengan penelitian Kircaburun dkk. (2019) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan signifikan dengan arah negatif antara *self-esteem* dengan *Problematic Social Media Use* (PSMU) dan *cyberbullying*. Maknanya, apabila individu memiliki nilai *self-esteem* yang rendah maka individu akan lebih berpotensi untuk terlibat dalam *cyberbullying* serta perilaku *online* yang bermasalah. Hasil dari penelitian tersebut menyoroti bagaimana pentingnya *self-esteem* sebagai faktor protektif dalam berperilaku di dunia maya pada *emerging adult*.

Berdasarkan paparan di atas, secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dengan korelasi negatif antara *self-esteem* dengan *online disinhibition*. Meskipun penelitian ini memperoleh hasil korelasi antarvariabel yang diteliti adalah korelasi negatif, hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo (2019) terkait *self-esteem* dengan adiksi internet. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa internet memfasilitasi individu yang memiliki *self-esteem* rendah untuk membangun hubungan sosial dengan

orang lain secara *online*. Hal ini membuat individu lebih mudah merasakan adiksi dalam penggunaan internet.

Terdapat pula penelitian lain dari Anggara & Aulia (2025) yang mendukung hasil dari penelitian ini dengan menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif antara *self-esteem* dengan *problematic internet use* (PIU). Hasil dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa rendahnya *self-esteem* dapat menjadi faktor yang membuat individu menjadi tidak terkontrol dalam menggunakan internet. Selain itu, penelitian tersebut juga menyampaikan bahwa *self-esteem* memiliki peran yang krusial dalam mencegah individu untuk mengalami kecenderungan penggunaan internet yang berlebihan.

Tingkat koefisien korelasi yang rendah dalam hasil penelitian ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan beberapa karakteristik yang dimiliki oleh subjek dalam penelitian ini, yakni *emerging adult* yang menggunakan media sosial X, serta metode pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan secara *online*. *Emerging adult* merupakan kelompok usia yang sedang mengalami fase eksplorasi identitas dan penguatan otonomi (Arnett, 2000). Hal ini memungkinkan individu menunjukkan perilaku yang dinamis, fleksibel, bahkan inkonsisten baik secara langsung maupun dalam dunia daring, seperti di media sosial (Tao & Ellison, 2023).

Penelitian Tao & Ellison (2023) juga menyebutkan bahwa dalam konteks penggunaan media sosial, banyak individu pada fase *emerging adult* yang menggunakan media sosial untuk menunjukkan persona versi ideal yang ingin ditampilkan pada publik. Hal ini selaras dengan penelitian Michikyan dkk. (2015) yang menyebutkan bahwa *emerging adult* cenderung mengalami *identity confusion* yang dapat membuat individu menampilkan *false self* atau versi ideal secara daring. Penelitian Mehdizadeh (2010) menyatakan bahwa *self-presentation* di media sosial dapat dipengaruhi faktor psikologis seperti *self-esteem* dan menyoroti kompleksitas interaksi di media sosial dengan aspek psikologis.

Faktor lain yang dapat menyebabkan rendahnya tingkat korelasi dalam penelitian ini adalah cara pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner secara *online* dapat memungkinkan terjadinya *social desirability bias*, yakni responden cenderung untuk memberikan jawaban yang dianggap lebih dapat diterima oleh sosial, bukan jawaban yang benar-benar sesuai dengan pengalaman responden (Bergen & Labonté, 2020). Hal ini dapat mengurangi variasi data serta dapat melemahkan korelasi antar variabel.

Pemaparan mengenai faktor-faktor yang menjelaskan alasan korelasi dalam penelitian ini rendah menunjukkan bahwa kekuatan korelasi terhadap variabel *online disinhibition* tidak hanya disebabkan oleh variabel *self-esteem* saja, akan tetapi dapat disebabkan pula oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti *self-presentation* ataupun *identity confusion*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *online disinhibition* merupakan variabel yang kompleks, karena munculnya variabel ini dapat disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Namun, hasil dalam penelitian ini tetap memberikan kontribusi untuk memahami faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku *emerging adult* dalam menggunakan media sosial.

Kesimpulan

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan variabel *self-esteem* dengan *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara *self-esteem* dan *online disinhibition* pada *emerging adult* pengguna media sosial X dengan tingkat korelasi lemah. Hal ini menunjukkan bahwa yang diajukan ditolak dan yang diajukan diterima. Beberapa alasan yang memperkuat korelasi hubungan yang lemah adalah dikarenakan *emerging adult* mengalami fase eksplorasi identitas yang memungkinkan individu mengalami *identity confusion*. Sehingga, individu menampilkan versi idealnya melalui media sosial. Selain itu, pengumpulan data secara *online* juga meningkatkan *social desirability bias*. Korelasi yang lemah dapat pula disebabkan oleh adanya variabel lain yang turut menjadi faktor pendukung atau penyebab dari variabel yang diteliti. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi untuk memahami faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku *emerging adult* dalam menggunakan media sosial.

Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk perbaikan dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya. Saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan praktisi peneliti dapat melaksanakan penelitian dengan memakai metode lain, supaya dapat mengetahui hubungan terkait variabel *self-esteem* dengan variabel *online disinhibition* dengan lebih mendalam. Kemudian saran untuk pengguna media sosial, khususnya *emerging adult*, disarankan untuk lebih meningkatkan kesadaran diri serta memahami pentingnya memiliki *self-esteem* yang sehat sebagai landasan ketika bermedia sosial dalam dunia maya.

Daftar Pustaka

- Ahbabi, A. Al, Teneiji, A. Al, Shaer, A. Al, Jaber, G. Al, & Elsayary, A. (2024). The Effects of Social Media on Self-esteem. *Proceedings of the 28th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics (WMSCI 2024) The*, 185–192. <https://doi.org/https://doi.org/10.54808/WMSCI2024.01.185>
- Anggara, P. S., & Aulia, F. (2025). Hubungan antara self esteem dengan problematic internet use pada siswa sekolah menengah atas (sma) di sumatera barat. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 5(3), 2386–2404. <https://doi.org/https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i3.5853>
- Anggarani, F. K., & Amalia, F. (2021). Disinhibisi Online sebagai Mediator Hubungan antara Kebingungan Identitas dan Cyberbullying pada Remaja. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 11(2), 116–127.
- Ardelia, V. (2024). Exploring problematic internet use tendency among emerging adults: An overview. *Proceeding of International Conference on Healthy Living (INCOHELIV)*, 1(1), 273-279.
- Ardelia, V. (2024). Adaptation and validation of Social Media Use Integration Scale in Indonesian context: An exploratory and confirmatory factor analysis. *Jurnal Psikologi*, 23(1), 61-70.
- Arfianto, M. A., Ibad, M. R., Widowati, S., & Handayani, E. (2024). Adiksi Media Sosial Sebagai Penyebab Harga Diri Rendah Pada Usia Dewasa Muda. *Care : Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan*, 12(1), 52–63. <https://doi.org/10.33366/jc.v12i1.4260>
- Ariesandy, S., & Ariana, A. D. (2023). Hubungan antara self-esteem dan online disinhibition effect pada generasi z pengguna media sosial twitter. *BRPKM: Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental*.
- Arifah, P., Mikarsa, H. L., & Rahardjo, W. (2023). How emerging adults present themselves on social media: Online self-presentation influenced by self-esteem, narcissistic personality, and online privacy. *Journal Of Psychology And Instruction*, 7(3), 114–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jpai.v5i2>
- Arnett, Jeffrey Jensen. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037//0003-066X.55.5.469>
- Arnett, Jeffrey Jensen. (2015). *Emerging Adulthood : The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties (2nd edition)* (2nd editio). <https://doi.org/10.1093/acprof>
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi* (Edisi II). Pustaka Pelajar.

- Ballara, N. B. (2023). The power of social validation: A literature review on how likes, comments, and shares shape user behavior on social media. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(7), 3355–3367. <https://doi.org/10.55248/gengpi.4.723.51227>
- Baun, I. V. P., & Rahayu, M. N. M. (2023). Hubungan social comparison dengan self esteem pada emerging adult di kota kupang yang mengakses media sosial. *Jurnal Psikodidaktika*, 8(1), 377–394.
- Bergen, N., & Labonté, R. (2020). “Everything Is Perfect, and We Have No Problems”: Detecting and Limiting Social Desirability Bias in Qualitative Research. *Qualitative Health Research*, 30(5), 783–792. <https://doi.org/10.1177/1049732319889354>
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. San Francisco: Freeman and Company.
- Data Reportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Defede, N., Magdaraog, N. M., Thakkar, S. C., & Bizel, G. (2021). Understanding How Social Media Is Influencing the Way People Communicate : Verbally and Written. *International Journal of Marketing Studies*, 13(2), 1–11. <https://doi.org/10.5539/ijms.v13n2p1>
- Duarte, F. (2025). *X (Formerly Twitter) User Age, Gender, & Demographic Stats (2024)*. Exploding Topics. <https://explodingtopics.com/blog/x-user-stats>
- Evelin, & Adishesa, M. S. (2020). Hubungan intensitas penggunaan instagram dan self-esteem pada remaja. *Mind Set*, 11(1), 26–36.
- GSMA. (2024). *The State of Mobile Internet Connectivity Report 2024*. <https://www.gsma.com/r/somic/>
- Haqie, D. A., Hapsari, W., & Karsiyati. (2024). Peran anonimitas dan konsep diri terhadap online disinhibition effect pada remaja. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(16), 238–252. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13761862>
- Harahap, H. R., Turmuzi, A., Manik, C. R., Valentina, A., Hafiz, M., & Purba, D. Z. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial di kalangan mahasiswa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 15(1), 24–33.
- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison dengan Self-Esteem pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Rambusai*, 4(3), 2391–2399.
- Hermawan, D., & Gassing, S. S. (2023). Pengaruh komentar netizen terhadap citra diri dan reputasi sosial media pada akun instagram nathalie. *IKRAITH-HUMANIORA*, 7(3), 242–250. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3%0APengaruh>
- Izzuddin, M. H., & Rejeki, A. (2024). Cyberbullying: Harga diri, dan invisibility, dissociative imagination, minimization of status & authority pada pengguna game multiplayer online. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 619–640. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10494656>
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(March), 177–192. <https://doi.org/10.1002/ejsp.36>

- Kiswantomo, H., Rahmani, K., & Aliifah, D. N. (2022). Subjective well-being sebagai prediktor online disinhibition effect pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 15(2), 269–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.35760/psi.2022.v15i2.6249>
- Kırcaburun, K., Kokkinos, C. M., Demetrovics, Z., Király, O., Griffiths, M. D., & Çolak, T. S. (2019). Problematic online behaviors among adolescents and emerging adults: Associations between cyberbullying perpetration, problematic social media use, and psychosocial factors. *Int J Ment Health Addiction*, 17, 891–908. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11469-018-9894-8>
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2015). The benign online disinhibition effect: Could situational factors induce self-disclosure and prosocial behaviors? *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9(2). <https://doi.org/10.5817/CP2015-2-3>
- Listyowantira, E. A. K., & Ardi, R. (2018). Pemburu “like”: Efek narsisme dan kebutuhan rekognisi pada pengguna instagram. *Jurnal Ecopsy*, 5(3), 138–148.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 13(4), 357–364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Sage Publications*, 3(1), 55–64. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Mocodompis, K., Runtu, C., Kotambunan, A., Bandjolu, C., Tulung, J., Sengkey, S. B., & Wantah, M. E. (2024). Pengaruh media sosial terhadap persepsi diri. *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(12), 181–187.
- Nugraeni, A. (2024). Peran media sosial dalam pembentukan identitas sosial anak muda. *LANCAH: JURNAL INOVASI DAN TREN*, 2(1), 142–147. <http://www.journal.lembagakita.org/index.php/ljit>
- Nugraha, R. G., Rahmani, K., Indriani, E., & Aliifah, D. N. (2022). Hubungan antara self-concept dan toxic disinhibition online effect pada mahasiswa yang menggunakan media sosial instagram. *Humanitas*, 6(1), 37–48.
- Pratiwi, Y., Trinugraha, Y. H., & Astutik, D. (2024). Representasi self love bagi remaja di media sosial instagram. *Jurnal Sosialisasi*, 11(2), 139–151.
- Purnamasari, A., & Agustin, V. (2018). Hubungan citra diri dengan perilaku narsisime pada remaja putri pengguna instagram di kota prabumulih. *Jurnal Psibernetika*, 11(2), 115–132.
- Purwa, I. (2022). Pemanfaatan media sosial menuju masyarakat cerdas berpengetahuan. *MSIP*, 2(1), 49–58.
- Qodariyah, S. D. T., Maryani, L., & Sujana, T. (2024). Hubungan penggunaan media sosial dengan tingkat harga diri pada remaja di RW kelurahan pelindung hewan kecamatan Astana Anyar kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ners Indonesia*, 5(2), 120–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jini.v5i2.36906>
- Rahardjo, W. (2019). Harga diri dan adiksi internet: tinjauan meta-analisis. *Buletin Psikologi*, 27(1), 70–86. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.40306>
- Rahma, A. A. R., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). Peran media sosial dalam dinamika sosial masyarakat kontemporer. *Jurnal Komunikasi Digital Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 24–30.

- Rahma, L. M. J., & Setiasih. (2021). The impact of social media usage intensity on self-esteem: Survey on emerging adulthood of instagram user. *KONSELI: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 08(1), 39–46.
- Ramadhani, S. (2024). Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Remaja. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 06(03).
- Rizqi, B. R. T., & Heriyanto. (2023). Penyebaran informasi melalui thread berita di twitter oleh mahasiswa s-1 program studi ilmu perpustakaan universitas diponegoro. *ANUVA*, 7(3), 515–528. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/anuva%0APenyebaran>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. 1–326.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). Penerbit KBM Indonesia.
- Schreurs, L., & Vandenbosch, L. (2022). Should i post my very best self? the within-person reciprocal associations between social media literacy, positivity-biased behaviors and adolescents' self-esteem. *Telematics and Informatics*.
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In E. Murniati (Ed.), *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. UKI Press.
- Simbolon, C. A. D., & Siahaan, C. (2021). Penggunaan komunikasi media sosial twitter di kalangan remaja di kecamatan cibinong, kabupaten bogor. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(3), 219–226.
- Solihin, N. A., & Basti. (2023). Hubungan antara anonimitas dengan disinhibisi online pada mahasiswa di universitas. *PINISI JOURNAL OF ART, HUMANITY AND SOCIAL STUDIES*, 3(6), 147–155.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*, 1–444.
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology and Behavior*, 7(3), 321–326.
- Suryani, I., Handar, M., & Ekasuci, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 FM. *Journal Komunikasi*, 11(1), 67–76.
- Syamsu, H. I. A., Lukman, & Nurdin, M. N. H. (2019). Pengaruh umpan balik positif media sosial terhadap self esteem pada mahasiswa pengguna instagram di Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Psikologi Talenta*, 5(1). <https://doi.org/10.26858/talenta.v5i1.12410>
- Tafarodi, R. W., & Swann, W. B. (2001). Two-dimensional self-esteem: Theory and measurement. *Personality and Individual Differences*, 31, 653–673. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(00\)00169-0](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00169-0)
- Tambunan, A. H. K., Khotimah, H., & Taufiqurrahman. (2022). Self-concept dengan self-esteem pengguna media sosial instagram pada emerging adulthood. *SEMINAR NASIONAL PSIKOLOGI, November*, 118–125.
- Tao, M., & Ellison, N. B. (2023). “It’s Your Finsta at the End of the Day.. Kind of”: Understanding Emerging Adults’ Self-Presentational Changes on Secondary Accounts. *Social Media and Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231152812>
- Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. M. (2017). The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 76, 35–41. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.008>

- Wang, C.-C., Yang, Y. Y.-H., & Shen, I. (2014). Self-present by avatars in multiplayer online role-playing games: The influence of self-esteem, online disinhibition, and self-discrepancy. *Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS)*.
- World Population Review. (2024). *Social Media Users by Country 2024*. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/social-media-users-by-country>
- Yerofeyeva, V. G., Wang, P., Yang, Y., Serobyana, A. K., Grigoryan, A. K., & Nartova-Bochaver, S. K. (2024). Shimmering emerging adulthood: In search of the invariant IDEA model for collectivistic countries. *Frontiers in Psychology, 15*, 1–7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1349375>
- Zaskya, M., Boham, A., & Lotulung, L. J. H. (2021). Twitter sebagai media mengungkap diri pada kalangan milenial twitter as a media for self-disclosure among millennials. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI, 3*(1), 1–8. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31979>