

HUBUNGAN *BODY IMAGE* DENGAN *SELF-PRESENTATION* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA *INSTAGRAM*

Sevilla Simon¹, Agustina²

Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara^{1,2}

e-mail: sevilla.705220363@stu.untar.ac.id¹, agustina@fpsi.untar.ac.id²

ABSTRAK

Instagram sebagai media sosial visual mendorong penggunaanya untuk menampilkan diri secara menarik, sering kali dipengaruhi oleh persepsi terhadap tubuh atau *body image*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *body image* dan *self-presentation* pada dewasa awal pengguna Instagram. Sebanyak 263 partisipan berusia 18–25 tahun dipilih melalui teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan adalah Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ) untuk mengukur *body image* dan Presentation of Online Self Scale (POSS) untuk mengukur *self-presentation*. Analisis data menggunakan korelasi Spearman menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara *body image* dan *self-presentation* ($\rho = -0.371$, $p < 0.001$). Artinya, semakin positif *body image* individu, semakin rendah kecenderungan mereka menampilkan diri secara intens dan tidak autentik di media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap tubuh berperan dalam membentuk representasi diri yang lebih autentik. Implikasi penelitian ini menggarisbawahi pentingnya edukasi terkait *body image* sehat untuk mendorong penggunaan media sosial yang lebih sadar dan seimbang.

Kata Kunci: *Citra Diri, Presentasi Diri, Dewasa Awal, Media Sosial*

ABSTRACT

Instagram, as a visual-based social media platform, encourages users to present themselves attractively, often influenced by their perception of body image. This study aims to examine the relationship between body image and self-presentation among young adult Instagram users. A total of 263 participants aged 18–25 were selected through purposive sampling. The instruments used were the Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ) to measure body image and the Presentation of Online Self Scale (POSS) to measure self-presentation. Data analysis using Spearman's correlation revealed a significant negative relationship between body image and self-presentation ($\rho = -0.371$, $p < 0.001$). This indicates that individuals with a more positive body image tend to engage less in intense and inauthentic self-presentation on social media. These findings suggest that a positive body perception plays an important role in shaping a more authentic digital self. The study highlights the importance of promoting healthy body image education to support more mindful and balanced use of social media among young adults.

Keywords: *Body Image, Self-presentation, Early Adulthood, Social Media*

PENDAHULUAN

Media sosial kini menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaannya tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi juga untuk berinteraksi dan mengekspresikan diri (Saniah & Farhan, 2023; Prasetyo, 2019). Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, yang terus menunjukkan peningkatan jumlah pengguna setiap tahunnya (Anggrainy, 2022). Instagram memungkinkan penggunaannya membagikan foto dan video dengan berbagai fitur visual seperti filter dan pengaturan cahaya untuk mempercantik tampilan unggahan (Fricila et al., 2022; Rahmayanti & Ediyanti, 2022).

Fitur-fitur visual tersebut mendorong individu untuk mengonstruksi citra diri secara strategis melalui unggahan mereka (Manullang & Sokang, 2025). Di sisi lain, hadirnya konsep *body goals*, yaitu standar penampilan ideal yang sering ditampilkan oleh selebgram, turut memengaruhi cara pengguna memandang dan menampilkan diri mereka di media sosial (Evans dalam Manullang & Sokang, 2025). Kondisi ini membuat sebagian individu berusaha menampilkan versi diri yang lebih ideal, seperti unggahan aktivitas menyenangkan, pencapaian pribadi, penampilan fisik yang sudah disunting, atau menampilkan barang-barang mewah (Putri & Astuti, 2023). Hal ini memperlihatkan bahwa presentasi diri di Instagram sering kali bukan refleksi diri yang autentik, melainkan citra yang dibentuk secara selektif.

Dorongan untuk tampil secara ideal ini melahirkan fenomena *digital self*, yakni kecenderungan individu untuk menampilkan diri secara sempurna di media sosial (Hanandha & Kurniawan, 2023). Fenomena ini erat kaitannya dengan konsep *self-presentation*, yaitu bagaimana individu mengelola kesan yang ingin ditampilkan kepada orang lain (Yunita & Amirudin, 2019). Dalam perspektif Goffman (1959), media sosial dipandang sebagai panggung depan, di mana individu memainkan peran dan berupaya menampilkan sisi terbaiknya di hadapan audiens. Michikyan (2014) menambahkan bahwa *self-presentation* dapat muncul dalam bentuk *real self*, *ideal self*, atau *false self*, tergantung pada konteks sosial dan tujuan individu.

Strategi presentasi diri tersebut sangat dipengaruhi oleh cara individu memandang tubuhnya, yang dikenal sebagai *body image*. *Body image* merupakan persepsi dan sikap seseorang terhadap tubuhnya, khususnya terkait dengan penampilan fisik (Cash, 2002). Pada masa dewasa awal, penampilan menjadi aspek penting karena individu sedang dalam tahap pencarian jati diri, eksplorasi peran sosial, dan pembentukan identitas (Arnett, 2000). Penampilan digunakan untuk memperoleh penerimaan sosial dan memperkuat interaksi interpersonal, baik dalam konteks pertemanan, pendidikan, maupun pekerjaan (Dwilianto et al., 2024).

Beberapa penelitian telah membuktikan adanya hubungan antara *body image* dan *self-presentation*. Chua dan Chang (2016) menemukan bahwa remaja yang tidak puas dengan tubuhnya cenderung menyunting foto sebelum mengunggahnya ke media sosial. Ahadzadeh et al. (2023) menunjukkan bahwa individu dengan *body image* positif lebih cenderung menampilkan diri secara autentik dan tidak berlebihan. Selanjutnya, Hanandha & Kurniawan (2023) juga menemukan hubungan negatif yang signifikan antara *body image* dan *self-presentation*, di mana semakin tinggi *body image*, semakin rendah kecenderungan seseorang untuk menampilkan diri secara intens. Temuan-temuan tersebut menunjukkan keterkaitan yang konsisten antara persepsi tubuh dan strategi presentasi diri.

Meski demikian, penelitian yang secara khusus meneliti hubungan antara *body image* dan *self-presentation* pada dewasa awal pengguna Instagram di Indonesia masih terbatas. Padahal, menurut Data Reportal (2025), Indonesia memiliki sekitar 103 juta pengguna Instagram, dan 47,8% di antaranya merupakan individu berusia 18 tahun ke atas yang tergolong dewasa awal. Kelompok usia ini bukan hanya pengguna aktif media sosial, tetapi juga sedang berada pada fase kritis dalam membentuk identitas dan menghadapi tuntutan sosial. Oleh karena itu, kajian mendalam mengenai keterkaitan antara persepsi tubuh dan presentasi diri di platform visual seperti Instagram menjadi sangat relevan untuk dilakukan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *body image* dan *self-presentation* pada dewasa awal pengguna Instagram. Fokus penelitian diarahkan pada individu berusia 18–25 tahun yang aktif menggunakan Instagram, minimal tiga kali seminggu, dan pernah mengunggah foto atau video diri. Penelitian

ini mengukur dua dimensi utama *body image*, yaitu evaluasi dan kepuasan terhadap penampilan, serta empat dimensi *self-presentation*, yaitu *ideal self*, *multiple selves*, *consistent self*, dan *online presentation preference*. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman dinamika psikologis dalam penggunaan media sosial serta menjadi dasar bagi intervensi psikoedukatif yang mendukung penggunaan media sosial secara sehat dan autentik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional non-eksperimental. Tujuan pendekatan ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel *body image* dan *self-presentation* pada dewasa awal pengguna Instagram. Desain ini dipilih karena tidak ada perlakuan khusus atau manipulasi variabel, melainkan hanya pengukuran hubungan antarvariabel sebagaimana adanya. Penelitian dilaksanakan secara daring dengan penyebaran kuesioner melalui platform digital seperti WhatsApp, Line, dan Instagram.

Subjek dalam penelitian ini adalah individu dewasa awal berusia 18–25 tahun. Total partisipan berjumlah 263 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria inklusi adalah aktif menggunakan Instagram minimal tiga kali dalam seminggu serta pernah mengunggah foto atau video diri sendiri. Seluruh partisipan menyetujui *informed consent* sebelum mengisi instrumen penelitian, yang dilakukan melalui formulir Google Form.

Pengukuran *body image* dilakukan menggunakan instrumen *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire* (MBSRQ) yang awalnya dikembangkan oleh Cash (2000) dan telah digunakan secara luas dalam berbagai konteks budaya. Adaptasi versi ringkas dari MBSRQ telah digunakan dan divalidasi dalam berbagai penelitian terkini untuk mengukur persepsi dan sikap individu terhadap tubuhnya. Instrumen ini banyak digunakan dalam studi kontemporer yang melibatkan populasi remaja dan dewasa awal, dan menunjukkan reliabilitas tinggi dengan nilai α di atas 0,90 (Alleva et al., 2015). Sementara itu, *self-presentation* diukur menggunakan *Presentation of Online Self Scale* (POSS), yang dikembangkan oleh Fullwood dan telah digunakan secara luas dalam riset identitas digital dan perilaku bermedia sosial. Skala ini mengukur empat dimensi utama, yaitu *ideal self*, *multiple selves*, *consistent self*, dan *online presentation preference*, dan telah divalidasi ulang dalam konteks penggunaan media sosial lintas demografi, gaya hidup, dan kepribadian dengan hasil reliabilitas tinggi (Hjetland et al., 2022).

Data yang telah terkumpul diolah menggunakan perangkat lunak Jamovi. Analisis yang dilakukan meliputi statistik deskriptif, uji reliabilitas instrumen, dan uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk. Karena data berdistribusi non-normal ($p < 0,05$), maka uji korelasi dilakukan menggunakan *Spearman's rho*. Selain itu, dilakukan uji tambahan menggunakan *Kruskal-Wallis* untuk melihat perbedaan variabel berdasarkan kelompok usia. Seluruh analisis dilakukan untuk menjawab tujuan utama penelitian, yaitu memahami hubungan antara persepsi tubuh dan strategi presentasi diri pada media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Profil Partisipan Penelitian

Dimensi	Profil	Frekuensi	Persentase
Usia	18	54	20,5%
	19	18	6,8%

	20	47	17,9%
	21	84	31,9%
	22	32	12,2%
	23	10	3,8%
	24	9	3,4%
	25	9	3,4%
Jenis Kelamin	Laki-laki	54	20,5%
	Perempuan	209	79,5%

Pada tabel 1. Penelitian ini melibatkan 263 individu dewasa awal berusia 18–25 tahun yang aktif menggunakan *Instagram*. Mayoritas partisipan berada pada usia 21 tahun (31,9%), diikuti oleh usia 20 tahun (17,9%) dan 18 tahun (20,5%). Kelompok usia lainnya (19, 22, 23, 24, dan 25 tahun) memiliki proporsi yang lebih kecil. Dari sisi jenis kelamin, sebagian besar partisipan adalah perempuan sedangkan sisanya laki-laki.

Tabel 2. Deskripsi Statistik Variabel *Body image*

Min	Max	Mean Empirik	SD
1,33	4,00	2,66	0,752

Pada tabel 2. Hasil analisis deskriptif variabel *body image*, menunjukkan bahwa *body image* pada partisipan berada pada kategori sedang. Dengan mean hipotetik skala sebesar 2,5 dan mean empirik *body image* sebesar 2,66, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan partisipan memiliki *body image* yang cenderung moderat. Temuan ini mengindikasikan bahwa dewasa awal dalam penelitian ini tidak sepenuhnya merasa puas maupun sangat tidak puas terhadap penampilan fisiknya, tetapi berada pada posisi tengah yang masih dapat dipengaruhi oleh berbagai tuntutan sosial dan standar penampilan di sekitarnya

Tabel 3. Deskripsi Statistik Variabel Self-presentation

Min	Max	Mean Empirik	SD
1,26	3,79	2,65	0,538

Pada tabel 3. Variabel *self-presentation* juga menunjukkan bahwa *self-presentation* partisipan kategori sedang. Dengan mean hipotetik 2,5 dan mean empirik 2,65, hal ini menunjukkan bahwa dewasa awal pengguna *Instagram* dalam penelitian ini secara umum melakukan *self-presentation* pada tingkat moderat. Mereka melakukan pengelolaan citra diri seperti memilih foto, menyunting tampilan, atau menyeleksi konten yang diunggah namun tidak pada tingkat yang sangat ekstrem.

Tabel 4. Profil Partisipan Penelitian

Variabel	Spearman's rho	p
<i>Body image</i> dan Self-presentation	-0,371	<0,001

Pada tabel 4. Peneliti melakukan uji normalitas menggunakan Shapiro Wilk dan hasil menunjukkan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa kedua data variabel tidak berdistribusi dengan normal, sehingga analisis hubungan dilakukan menggunakan korelasi Spearman's rho. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai Spearman's rho = -0,371 dengan $p <$

0,001 ($N = 263$). Nilai p yang berada di bawah 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *body image* dan *self-presentation*. Koefisien korelasi yang bernilai negatif mengindikasikan bahwa hubungan yang terjadi bersifat berlawanan arah, yaitu semakin tinggi *body image* yang dimiliki individu, semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan *self-presentation* yang tinggi di *Instagram*, dan sebaliknya semakin rendah *body image* berkaitan dengan semakin tingginya kecenderungan melakukan *self-presentation*.

Analisis tambahan dilakukan untuk melihat perbedaan *body image* dan *self-presentation* berdasarkan usia. Uji Kruskal Wallis menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan *body image* berdasarkan usia ($p = 0,079$), tetapi terdapat perbedaan signifikan *self-presentation* antar kelompok usia ($p = 0,006$). Uji lanjut Dunn's test (DSCF) memperlihatkan bahwa individu berusia 18 tahun memiliki tingkat *self-presentation* yang lebih rendah dibandingkan dengan individu berusia 21 dan 22 tahun. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang negatif dan signifikan antara *body image* dan *self-presentation* pada dewasa awal pengguna *Instagram*.

Pembahasan

Hasil penelitian menemukan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara *body image* dan *self-presentation* ($r = -0,371$; $p < 0,001$). Semakin positif *body image* yang dimiliki individu, semakin rendah kecenderungan mereka melakukan *self-presentation* yang tinggi di *Instagram*, dan sebaliknya semakin negatif *body image* berkaitan dengan semakin tingginya kecenderungan mengelola tampilan diri. Hasil ini konsisten dengan penelitian Chua dan Chang (2016), Ahadzadeh et al. (2023), serta Hanandha & Kurniawan (2023) yang menunjukkan bahwa ketidakpuasan terhadap tubuh mendorong individu untuk lebih banyak menyunting dan mengatur penampilan sebelum menampilkan diri di media sosial, sedangkan *body image* yang positif berkaitan dengan tampilan diri yang lebih autentik. Jika dikaitkan dengan konsep *self-presentation* dan *digital self*, temuan ini mengisyaratkan bahwa individu dengan *body image* rendah cenderung menampilkan *ideal self* atau *false self* di *Instagram*, sementara individu dengan *body image* tinggi lebih mampu menampilkan *real self*.

Fenomena *digital self* merujuk pada kecenderungan individu untuk menampilkan diri seolah-olah sempurna di media sosial (Hanandha & Kurniawan, 2023). Dalam perspektif Goffman (1959), *Instagram* berfungsi sebagai “panggung depan” di mana individu berupaya menunjukkan sisi terbaiknya di hadapan audiens. Michikyan (2014) membagi *self-presentation* menjadi *real self*, *ideal self*, dan *false self*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa individu dengan *body image* yang lebih rendah cenderung beralih pada *ideal self* atau bahkan *false self* ketika berinteraksi di *Instagram*, misalnya dengan menyunting wajah dan tubuh, memilih pose tertentu yang membuat tampilan fisiknya lebih ideal, atau hanya mengunggah momen-momen yang memberikan kesan hidup yang menyenangkan dan sempurna. Sebaliknya, individu dengan *body image* yang lebih tinggi cenderung lebih nyaman menampilkan *real self*, sehingga tidak merasa perlu melakukan pengelolaan citra diri secara berlebihan.

Hasil uji deskriptif menunjukkan *body image* partisipan berada pada kategori sedang. Artinya, secara umum responden tidak sepenuhnya puas namun juga tidak sepenuhnya tidak puas terhadap penampilan fisiknya. Mereka berada pada posisi yang masih mudah dipengaruhi oleh standar penampilan ideal yang banyak beredar di media sosial, termasuk melalui konsep *body goals* yang sering ditampilkan selebgram di *Instagram* (Evans dalam Manullang & Sokang, 2025). Kondisi ini menggambarkan bahwa dewasa awal dalam penelitian ini masih memiliki kerentanan terhadap perbandingan sosial dan evaluasi tubuh, seperti yang dijelaskan dalam literatur mengenai *body image* pada masa transisi menuju dewasa.

Variabel *self-presentation* juga menunjukkan kategori sedang, yang berarti dewasa awal cukup aktif mengelola tampilan dirinya di *Instagram*, misalnya dengan memilih foto tertentu, menyunting tampilan, atau menyeleksi momen yang akan diunggah, namun bukan pada tingkat yang sangat berlebihan. Praktik ini sejalan dengan karakter *Instagram* sebagai platform berbasis visual yang memberi banyak ruang bagi pengguna untuk memoles citra diri melalui berbagai fitur penyuntingan (Rahmayanti & Ediyanti, 2022). Hal ini juga sejalan dengan temuan Putri & Astuti (2023) yang menjelaskan bahwa pengguna sering menampilkan aktivitas menyenangkan, pencapaian pribadi, penampilan fisik yang dibuat menarik, serta barang-barang berharga sebagai bentuk presentasi diri yang dianggap paling baik.

Analisis tambahan menggunakan uji Kruskal–Wallis menunjukkan adanya perbedaan signifikan pada variabel *self-presentation* antar kelompok usia. Uji lanjut Dunn's test menunjukkan bahwa remaja dewasa awal berusia 18 tahun memiliki tingkat *self-presentation* yang lebih rendah dibandingkan dengan mereka yang berusia 21 dan 22 tahun. Fenomena ini dapat dipahami dari sudut perkembangan dewasa awal. Pada usia yang lebih muda, individu mungkin masih berada pada tahap awal eksplorasi identitas dan belum secara intens menggunakan media sosial sebagai alat untuk membangun citra diri sosial maupun profesional. Sementara itu, pada usia 21–22 tahun, individu cenderung lebih aktif dalam konteks akademik, organisasi, dan mulai memasuki dunia kerja, sehingga citra diri yang ditampilkan di media sosial menjadi semakin penting sebagai bagian dari presentasi diri di hadapan teman sebaya, kolega, maupun jaringan profesional. Hal ini sejalan dengan pandangan Arnett (2000) dan Dwilianto et al. (2024) bahwa penampilan dan citra diri pada masa dewasa awal digunakan untuk memperoleh pengakuan sosial dan memperkuat interaksi interpersonal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *body image* dan *self-presentation* pada dewasa awal pengguna *Instagram*. Individu yang memiliki persepsi positif terhadap tubuhnya cenderung menampilkan diri secara lebih autentik dan tidak berlebihan di media sosial. Sebaliknya, individu dengan persepsi tubuh yang negatif lebih terdorong untuk menyunting tampilan, menyeleksi konten, dan membangun citra diri yang sesuai dengan standar ideal tertentu. Temuan ini menegaskan bahwa cara seseorang memandang tubuhnya memengaruhi cara ia mengekspresikan diri di ruang digital.

Hasil penelitian ini juga mencerminkan bahwa media sosial, khususnya *Instagram*, bukan hanya digunakan untuk berbagi momen, tetapi juga menjadi ruang strategis bagi individu dalam membentuk identitas sosialnya. Pada masa dewasa awal, kebutuhan untuk diterima dan membangun citra diri yang positif menjadi lebih dominan. Dalam konteks tersebut, tekanan terhadap penampilan fisik dapat menjadi faktor pendorong munculnya perilaku presentasi diri yang tidak autentik. Dengan demikian, pengelolaan *body image* yang sehat menjadi kunci untuk membangun kehadiran digital yang lebih jujur dan seimbang.

Dari sisi praktis, penelitian ini membuka peluang pengembangan program psikoedukatif yang berfokus pada penerimaan diri, kesadaran media, dan penggunaan media sosial yang sehat. Pendidikan mengenai literasi digital dan kritik terhadap standar kecantikan daring dapat menjadi bagian dari intervensi preventif bagi individu di usia dewasa awal. Pendekatan ini diharapkan mampu mengurangi tekanan sosial yang berlebihan dalam berpenampilan dan mendorong ekspresi diri yang lebih autentik di dunia digital. Upaya tersebut penting untuk mendukung kesehatan mental dan perkembangan identitas individu secara utuh.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penggunaan desain potong lintang membatasi kemampuan untuk melihat perubahan perilaku dari waktu ke waktu.

Selain itu, komposisi partisipan yang didominasi perempuan dapat memengaruhi generalisasi hasil. Untuk itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengikutsertakan partisipan yang lebih beragam dari segi jenis kelamin, latar belakang budaya, maupun platform media sosial yang digunakan. Pendekatan longitudinal atau kualitatif juga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang dinamika representasi diri digital dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadzadeh, A. S., Ong, F. S., & Sharif, S. P. (2023). Relationship between Positive *Body image* and Selective Visual Self-presentation on Social Networking Sites: Moderating Role of Gender. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 27(2). <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.1101023>
- Alleva, J. M., Sheeran, P., Webb, T. L., Martijn, C., & Miles, E. (2015). A meta-analytic review of stand-alone interventions to improve body image. *PLOS ONE*, 10(9), e0139177. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0139177>
- Anggrainy, N. E. (2022). Body dissatisfaction pada Wanita Pengguna Media Sosial *Instagram*. *SPECTRUM: Journal of Gender and Children Studies*, 2(2), 95– 104. <https://doi.org/10.30984/spectrum.v2i2.385>
- Arnett, J. J. (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>
- Cash, T. F. (2000). *The MBSRQ Users' Manual* (3rd ed.). Old Dominion University. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3777990>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social P-2 media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Data Reportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Dwilianto, R., Matondang, A. U., & Yarni, L. (2024). Perkembangan masa dewasa awal. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 8816–8827. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/30140>
- Fricila, T., Rasyid, A., & Kamal, A. (2022). Media *Instagram* Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *PENDALAS: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 242–247. <https://doi.org/10.47006/pendalas.v2i3.183>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday-Ancor.
- Hanandha, T. S., & Kurniawan, A. (2023). Hubungan antara *Body image* dengan self-presentation di media sosial *Instagram* pada remaja putri. *BRKM*. <https://repository.unair.ac.id/119582/>
- Hjetland, G. J., Finserås, T. R., Sivertsen, B., Colman, I., Hella, R. T., & Skogen, J. C. (2022). Focus on self-presentation on social media across sociodemographic variables, lifestyles, and personalities: A cross-sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17), 11133. <https://doi.org/10.3390/ijerph191711133>
- Manullang, P. D. S. L., & Sokang, Y. A. (2025). Citra Tubuh dan Presentasi Diri Online di *Instagram*: Dinamika Identitas Pada Dewasa Awal. *Innovative: Journal Of Social*

- Science Research*, 5(4), 710–719. P-4 <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/19852>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179–183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Prasetyo, H. Y. (2019). Hubungan Intensitas Penggunaan *Instagram* Dengan Perilaku Hedonisme Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5(9), 684–693. <https://journal.student.uny.ac.id/fipbk/article/view/16037>
- Putri, N. S. A., & Astuti, N. W. (2023). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan *Body image* pada Remaja Wanita. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 7(2), 496–506. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/19992>
- Rahmayanti, A. F., & Ediaty, A. (2022). Pertemanan online dan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna *Instagram*. *Jurnal Empati*, 11(05), 325–331. <https://doi.org/10.14710/empati.0.36740>
- Saniah, N., & Farhan, M. (2023). Etika Komunikasi Islam Dalam Pemanfaatan Media Sosial. *ISME: Journal of Islamic Studies and Multidisciplinary Research*, 1(2), 41–49. <https://doi.org/10.61683/isme.vol12.2023.41-49>
- Yunita, Y., & Amirudin, A. (2019). Hubungan Penggunaan *Instagram* Dengan Selfpresentation Mahasiswa PerguruanTinggi Tangerang Selatan. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 1(1), 68–78. <https://doi.org/10.15408/jsj.v1i1.21762>