



PENGARUH TERPAAN KONTEN INDEPENDENT WOMAN DAN PRESENTASI DIRI DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KONSEP DIRI MAHASISWI INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY

THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO "INDEPENDENT WOMAN" CONTENT AND SOCIAL MEDIA SELF-PRESENTATION ON THE SELF-CONCEPT OF FEMALE STUDENTS AT INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY

Septianabila^{1*}, Umi Narimawati²

^{1*}International Women University, Email : septianabilalala0@gmail.com

²International Women University, Email : umiarie@email.unikom.ac.id

*email koresponden: septianabilalala0@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i3.3251>

Abstrack

This study aims to analyze the influence of exposure to "Independent Woman" content (X1) and self-presentation on social media (X2) on the self-concept (Y) of female students at International Women University (IWU), both partially and simultaneously. A quantitative approach with an explanatory, associative, and causal method was employed. The sample consisted of 100 active IWU female students selected using purposive sampling based on Slovin's formula. Data analysis was conducted using multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R²) via SPSS 25. Descriptive analysis results indicate that exposure to "Independent Woman" content (75.76%), self-presentation on social media (74.49%), and self-concept (76.14%) all fall into the high category. Partial test results (t-test) show that exposure to "Independent Woman" content has a positive and significant effect on self-concept (t-count 2.674 > t-table 1.984; Sig. 0.009 < 0.05), and self-presentation on social media has a positive and significant effect on self-concept (t-count 4.534 > t-table 1.984; Sig. 0.000 < 0.05). Simultaneous test results (F-test) demonstrate that exposure to "Independent Woman" content and self-presentation on social media jointly have a significant effect on self-concept (F-count 56.691 > F-table 3.090; Sig. 0.000 < 0.05). The Coefficient of Determination (R²) value of 0.539 indicates that the two independent variables contribute 53.9% to the formation of self-concept among IWU female students, while the remaining 46.1% is influenced by factors outside this research model.

Keywords: Content Exposure, Independent Woman, Self-Presentation, Social Media, Self Concept, Female University Students.



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan konten Independent Woman (X1) dan presentasi diri di media sosial (X2) terhadap konsep diri (Y) mahasiswi International Women University (IWU) secara parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode eksplanatif asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 100 mahasiswi aktif IWU yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan perhitungan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda, uji *t*, uji *F*, serta koefisien determinasi (*R*²) menggunakan SPSS 25. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa terpaan konten Independent Woman (75,76%), presentasi diri di media sosial (74,49%), dan konsep diri (76,14%) seluruhnya berada pada kategori tinggi. Hasil uji parsial (uji *t*) menunjukkan bahwa terpaan konten Independent Woman berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri ($t_{hitung} 2,674 > t_{tabel} 1,984$; *Sig.* 0,009 < 0,05), dan presentasi diri di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri ($t_{hitung} 4,534 > t_{tabel} 1,984$; *Sig.* 0,000 < 0,05). Hasil uji simultan (uji *F*) membuktikan bahwa terpaan konten Independent Woman dan presentasi diri di media sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap konsep diri ($F_{hitung} 56,691 > F_{tabel} 3,090$; *Sig.* 0,000 < 0,05). Nilai Koefisien Determinasi (*R*²) sebesar 0,539 mengindikasikan bahwa kedua variabel bebas berkontribusi sebesar 53,9% terhadap pembentukan konsep diri mahasiswi IWU, sedangkan 46,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Terpaan Konten, Independent Woman, Presentasi Diri, Media Sosial, Konsep Diri, Mahasiswi.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang & Urgensi Penelitian

International Women University (IWU) di Bandung merupakan universitas perempuan pertama dan satu-satunya di Indonesia yang berfokus membentuk mahasiswinya menjadi pribadi mandiri dan berdaya. Di luar ruang kuliah, mahasiswi IWU yang berada pada fase emerging adulthood juga secara masif diterpa konten bertema “Independent Woman” di TikTok dan Instagram, serta aktif melakukan presentasi diri di platform tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan konten “Independent Woman” dan presentasi diri di media sosial secara simultan terhadap konsep diri mahasiswi IWU.

Landasan Teoretis & Kerangka Konseptual

Konsep Diri : Dipahami melalui perspektif Uses and Gratifications (kategori Identitas Pribadi) serta Interaksi Simbolik. Variabel ini dioperasionalisasikan ke dalam tiga indikator:

Referensi Pribadi: Acuan untuk mengenali dan mengevaluasi karakteristik serta kemampuan diri.
Eksplorasi Realitas: Penelusuran potensi dan identitas diri yang belum disadari. Penguatan Nilai (Value Reinforcement): Pemantapan nilai, prinsip, dan penilaian positif terhadap diri sendiri.

Terpaan Konten Independent Woman: Diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi konsumsi media. Konten ini merupakan varian dari representasi perempuan (women representation) di media (Hall, 1997) yang menampilkan sosok mandiri secara finansial, emosional, dan intelektual.

Presentasi Diri Pengelolaan citra diri di media sosial yang diukur melalui tiga dimensi: Kognitif (kesadaran citra), Afektif (respon emosional/kepercayaan diri), dan Perilaku (tindakan mengunggah/mengedit konten).

Fenomena Empiris (Pra-Survei 2026)

Hasil pra-survei terhadap 20 mahasiswi IWU mengonfirmasi keterikatan yang tinggi terhadap fenomena ini:

Terpaan & Harapan: sering melihat konten Independent Woman, tertarik pada konten perempuan sukses/mandiri, dan berharap bisa menjadi mandiri seperti figur di media sosial.

Presentasi Diri: ingin dipersepsikan sebagai pribadi mandiri di media sosial, menyembunyikan kegagalan/sisi lemah, dan menggunakan filter kecantikan agar terlihat menarik.



Dampak Konsep Diri: menyadari masih memiliki keterbatasan/ketergantungan pada orang lain. Kesenjangan antara realitas dan harapan memicu mahasiswa merasa belum cukup mandiri, serta mengalami kecemasan/ketidakpercayaan diri akibat tekanan standar ideal di media sosial.

Kebaruan Penelitian (Novelty)

Konteks Spesifik: Dilakukan pada lingkungan akademik tunggal gender (homogen) di mana kemandirian perempuan merupakan visi institusional sekaligus tren digital.

Spesifikasi Konten: Berfokus spesifik pada genre narasi "Independent Woman", bukan media sosial secara umum.

Integrasi Teori: Menggunakan payung teoretis yang koheren (Uses and Gratifications dan Interaksi Simbolik) untuk menghubungkan motif konsumsi media, aksi presentasi diri, dan pemaknaan konsep diri secara utuh.

2. METODE PENELITIAN

Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Penelitian bertujuan menguji pengaruh variabel independen Terpaan Konten Independent Woman (X1) dan Presentasi Diri di Media Sosial (X2) terhadap variabel dependen, yaitu Konsep Diri (Y). Pembuktian hubungan kausal dan besaran kontribusi antarvariabel dianalisis menggunakan regresi linear berganda berbasis taraf signifikansi statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi: Seluruh mahasiswa aktif International Women University (IWU) sebanyak 2.178 orang.

Sampel: Ditetapkan menggunakan purposive sampling dengan kriteria:

- Mahasiswa aktif IWU angkatan 2022–2025.
- Pengguna aktif Instagram dan TikTok.
- Pernah melihat atau mengikuti konten Independent Woman.

Ukuran Sampel: Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan margin of error 10%, diperoleh batas minimal 96 responden. Peneliti menetapkan sampel akhir sebanyak 100 mahasiswa guna meningkatkan akurasi data.

Subjek dan Objek Penelitian

- Subjek: Mahasiswa aktif IWU angkatan 2022–2025 yang memenuhi kriteria sampel.
- Objek: Terpaan Konten Independent Woman (X1), Presentasi Diri di Media Sosial (X2), dan Konsep Diri (Y).
- Data Primer: Diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta observasi lapangan.
- Data Sekunder: Diperoleh melalui studi kepustakaan (buku, jurnal ilmiah, dan literatur relevan) untuk memperkuat landasan teoretis.

Uji Instrumen Penelitian

Sebelum pengumpulan data lapangan secara penuh, instrumen penelitian yang disusun berdasarkan indikator tiap variabel diuji melalui pilot test. Pengujian mencakup uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan butir kuesioner konsisten dan akurat dalam mengukur fenomena yang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Data Responden

- Subjek: 100 mahasiswa IWU (sampel dari populasi 2.178) pada tahun 2026.
- Program Studi Dominan: Ilmu Komunikasi (44,8%) dan Administrasi Bisnis (25,7%).
- Angkatan Dominan: Angkatan 2022 (61%) dan Angkatan 2023 (20%).

Uji Instrumen Penelitian

- Uji Validitas: Seluruh item pernyataan pada variabel X1 (15 item), X2 (16 item), dan Y (14 item) memiliki nilai $r_{\text{Hitung}} > 0,195$, sehingga dinyatakan valid.



- Uji Reliabilitas: Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ ($X_1 = 0,742$; $X_2 = 0,773$; $Y = 0,716$), sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis Deskriptif Variabel

Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert 1–5 dengan hasil sebagai berikut:

- Terpaan Konten Independent Women (X_1): Kategori Tinggi (Persentase: 75%, Mean: 56,82, SD: 7,53).
- Presentasi Diri di Media Sosial (X_2): Kategori Tinggi (Persentase: 74%, Mean: 59,59, SD: 8,26).
- Konsep Diri Mahasiswi (Y): Kategori Tinggi (Persentase: 76%, Mean: 53,40, SD: 6,98).

Pembahasan

Pengaruh Terpaan konten Independent Women terhadap Konsep Diri Mahasiswi International Women University

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t), variabel Terpaan Konten Independent Women (X_1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Konsep Diri (Y) mahasiswi IWU. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung sebesar 2,674 yang lebih besar dari ttabel 1,984 pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,009 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,267 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada.

Tingkat terpaan Konten Independent Women akan mendorong peningkatan konsep diri mahasiswi sebesar 0,267 satuan.

Temuan empiris ini menggambarkan bahwa intensitas keterpaparan mahasiswi IWU terhadap narasi kemandirian perempuan di media sosial khususnya Instagram dan TikTok, baik dari segi frekuensi mengakses, durasi menonton, maupun tingkat atensi kognitif, mampu berperan nyata sebagai stimulan pembentuk cara pandang mereka terhadap diri sendiri. International Women University (IWU) sebagai perguruan tinggi berbasis pemberdayaan perempuan menempatkan mahasiswi dalam ekosistem akademik yang sangat peka terhadap isu Women Empowerment. Ketika mahasiswi secara konsisten mengonsumsi konten yang menampilkan figur perempuan yang mandiri secara finansial, tangguh secara emosional dan berdaya secara intelektual, konten-konten tersebut tidak sekedar menjadi hiburan visual, melainkan akan diserap sebagai standar acuan yang positif (motivasi).

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat Teori Uses and Gratification (Katz dkk., 1974). Mahasiswi IWU terbukti merupakan khalayak aktif yang secara sadar memilih dan mengonsumsi konten Independent Women untuk memenuhi kebutuhan personal mereka.

Temuan ini sejalan dan mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Carolin dkk., (2023) yang menemukan bahwa terpaan konten motivasi dan edukasi di media sosial dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap pembentukan rasa percaya diri generasi muda.

Di sisi lain, temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Duan, (2021) yang menyatakan bahwa terpaan media sosial tidak berimplikasi langsung secara fundamental terhadap konsep diri karena sarat akan stereotip. Perbedaan ini rasional mengingat konteks subjek penelitian Duan yang berfokus pada khalayak umum dengan persepsi ketimpangan peran domestik (seperti isu ibu rumah tangga), sedangkan subjek penelitian ini adalah mahasiswi IWU yang berada pada fase emerging adulthood (Michikyan, 2020). Pada fase transisi ini, mahasiswi memiliki keterbukaan kognitif yang tinggi dalam menyerap narasi pemberdayaan untuk membentuk identitas diri yang mandiri dan berdaya.

Pengaruh Presentasi Diri di Media Sosial (X_2) terhadap Konsep Diri Mahasiswi IWU

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Presentasi Diri di Media Sosial (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Konsep Diri (Y) mahasiswi IWU. Hal ini dibuktikan oleh nilai thitung sebesar 4,534 yang signifikan melebihi nilai ttabel 1,984 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 2 ditolak dan H_a 2 diterima. Koefisien regresi variabel X_2 bernilai positif sebesar 0,413 yang berarti setiap kenaikan satu satuan aktivitas Presentasi Diri di Media Sosial akan meningkatkan Konsep Diri mahasiswi IWU sebesar 0,413 satuan.

Secara komparatif, nilai koefisien regresi dan nilai thitung pada variabel Presentasi Diri ($0,413$; $t = 4,534$) lebih besar daripada variabel Terpaan Konten ($0,267$; $t = 2,674$). Hal ini menunjukkan bahwa tindakan aktif mahasiswi dalam memproduksi dan mengelola kesan di media sosial memberikan



kontribusi parsial yang lebih kuat terhadap pembentukan konsep diri dibandingkan sekedar mengonsumsi konten milik orang lain.

Realita di lapangan menunjukkan bahwa mahasiswi IWU tidak hanya berhenti pada tahap penyerapan inspirasi (terpapar konten), melainkan secara aktif mempraktikkan nilai kemandirian tersebut melalui unggahan mereka (presentasi diri di media sosial). Mahasiswi secara terencana mengelola elemen panggung depan (front stage), seperti menata estetika feed (indikator setting), memilih gaya penampilan yang rapi dan mencerminkan citra diri mandiri (indikator appearance), serta menampilkan narasi tutur kata yang optimis dan percaya diri (indikator manner).

Landasan teoretis dari temuan ini berakar kuat pada Teori Dramaturgi (Goffman, 1959) yang berkolaborasi dengan Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead (1934). Ketika mahasiswi mengelola pertunjukan panggung depannya di media sosial, mereka mengeksplorasi peran idealnya sebagai perempuan mandiri. Umpan balik yang diterima dari audiens berupa jumlah suka, komentar positif, maupun apresiasi dari sesama teman diinterpretasikan sebagai bentuk pengakuan sosial (significance and virtue). Menurut Mead (1934) pengakuan dari lingkungan sosial ini diproses dari ranah tindakan subjek (I) menjadi pemaknaan objek sosial (Me). Seiring berjalannya waktu, bayangan kesan yang ditampilkan di panggung depan ini mengkristal dan terinternalisasi menjadi bagian dari identitas diri yang menetap melalui mekanisme self-fulfilling prophecy (Merton, 1948).

Temuan ini mendukung penelitian Diah Puspita Sari & Mochammad Sa'id (2023), Choi et al. (2020) serta Michikyan (2020) Michikyan (2020), yang membuktikan adanya korelasi positif dan signifikan antara manajemen presentasi diri di platform digital dengan kejelasan dan penguatan konsep diri pada usia dewasa muda.

Sebaliknya, temuan ini menjawab ketidakselarasan (gap) dari hasil penelitian (Besharat & Blumberg, 2022) yang pernah menyebutkan bahwa presentasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap konsep diri (possible self). Pada kasus mahasiswi IWU, presentasi diri tidak bertransformasi menjadi manipulasi citra yang berujung kecemasan (social anxiety), melainkan menjadi wahana konstruktif untuk melatih keterbukaan diri (self-disclosure) dan menegaskan nilai keberhargaan diri (self-esteem) sebagai mahasiswi yang siap bersaing di dunia profesional.

Pengaruh Terpaan Konten Independent Women (X2) dan Presentasi Diri di Media Sosial (X2) secara Simultan terhadap Konsep Diri Mahasiswi IWU (Y)

Berdasarkan hasil pengujian simultan (Uji F), terbukti bahwa Terpaan Konten Independent Women (X1) dan Presentasi Diri di Media Sosial (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Konsep Diri (Y) mahasiswi IWU. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung sebesar 56,691 yang jauh lebih besar dari Ftabel 3,090 pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Besarnya kontribusi gabungan dari kedua variabel bebas ini ditunjukkan oleh nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,539. Artinya, sebesar 53,9% variasi perubahan pada variabel Konsep Diri mahasiswi IWU dapat dijelaskan secara simultan oleh Terpaan Konten Independent Women dan Presentasi Diri di Media Sosial. Sementara itu, sisanya sebesar 46,1% ($100\% - 53,9\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti lingkungan pengasuhan keluarga, dukungan sosial kawan sebaya (peer group) di dunia nyata, pengalaman akademis langsung di kampus, faktor kepribadian bawaan (traits), dan faktor-faktor lain. Selain itu, analisis korelasi menunjukkan nilai $r = 0,769$ antara X1 dan X2, yang mengindikasikan adanya hubungan positif dengan tingkat keeratan yang sangat tinggi antara terpaan konten yang dikonsumsi dengan tindakan presentasi diri yang dilakukan.

Hasil pengujian simultan ini menegaskan bahwa pembentukan konsep diri mahasiswi di era digital merupakan sebuah proses siklikal dua arah (dialektis) antara tindakan konsumsi dan produksi pesan komunikasi. Melalui Teori Uses and Gratifications, terpaan konten Independent Woman menyediakan materi kognitif, kerangka rujukan, dan inspirasi mengenai standar kemandirian perempuan modern. Sementara, melalui Teori Dramaturgi, inspirasi yang diserap dari media sosial mendorong mahasiswi untuk merepresentasikan nilai-nilai kemandirian tersebut ke dalam tindakan nyata berupa pengelolaan kesan pada panggung media sosial mereka sendiri. Dan terakhir, melalui



Teori Interaksi Simbolik, hubungan antara konsumsi inspirasi dan penerimaan respons atas presentasi diri tersebut membentuk gambaran mental utuh. Mahasiswi merasa lebih berharga (self-esteem), lebih Terbuka mengekspresikan potensinya (self-disclosure), dan berhasil menginternalisasi nilai kemandirian menjadi bagian dari identitas kepribadiannya yang menetap (self-fulfillment).

Sinergi antara variabel X1 dan X2 ini terbukti memberikan dampak positif yang jauh lebih masif terhadap pembentukan konsep diri mahasiswi IWU ketimbang jika variabel tersebut berdiri sendiri. Kebaruan (novelty) dari penelitian ini membuktikan secara kuantitatif bahwa pada perguruan tinggi berorientasi gender seperti International Women University, media sosial berhasil memosisikan dirinya bukan sekadar platform interaksi digital, melainkan instrumen edukasi dan pengembangan identitas diri yang sejalan dengan visi institusional kampus.

4. KESIMPULAN

- 1) Terpaan konten Independent Woman pada mahasiswi IWU berada pada kategori tinggi dengan persentase skor rata-rata sebesar 75,76%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi IWU secara aktif dan rutin terpapar oleh narasi kemandirian perempuan di media sosial (Instagram dan TikTok), baik dari aspek frekuensi mengakses, durasi mengonsumsi, maupun tingkat atensi kognitif yang diberikan saat menyerap informasi.
- 2) Presentasi diri di media sosial pada mahasiswi IWU berada pada kategori tinggi dengan persentase skor rata-rata sebesar 74,49%. Hal ini menandakan bahwa mahasiswi IWU secara sadar dan terencana mengelola panggung depan (front stage) melalui unggahan media sosial mereka dengan melakukan penataan estetika latar (setting), gaya penampilan visual (appearance), serta sikap tutur kata yang baik (manner) untuk membangun citra sebagai pribadi yang mandiri dan berdaya.
- 3) Konsep diri mahasiswi IWU tergolong pada kategori tinggi dengan persentase skor rata-rata sebesar 76,14%. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswi IWU memiliki pandangan yang positif terhadap dirinya, yang ditandai dengan keberanian dalam melakukan keterbukaan diri (self-disclosure), rasa keberhargaan diri yang kuat (self-esteem), serta kemampuan menginternalisasi nilai-nilai kemandirian menjadi bagian dari identitas kepribadian yang menetap (self-fulfillment).
- 4) Terpaan konten Independent Woman secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri mahasiswi IWU (thitung 2,674 > ttabel 1,984 dengan nilai Sig. 0,009 < 0,05). Nilai koefisien regresi sebesar 0,267 menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas mahasiswi dalam mengonsumsi konten Independent Woman, maka semakin positif pula konsep diri yang terbentuk dalam dirinya.
- 5) Presentasi diri di media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri mahasiswi IWU (thitung 4,534 > ttabel 1,984 dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05). Nilai koefisien regresi sebesar 0,413 mengindikasikan bahwa tindakan aktif mahasiswi dalam mengelola citra diri di media sosial berkontribusi secara nyata dalam memperkuat konsep diri mereka. Variabel presentasi diri terbukti memiliki pengaruh parsial yang lebih dominan ketimbang variabel terpaan konten.
- 6) Terpaan konten Independent Woman dan presentasi diri di media sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri mahasiswi IWU (Fhitung 56,691 > Ftabel 3,090 dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05). Besarnya kontribusi gabungan kedua variabel bebas ini terhadap variabel terikat ditunjukkan oleh nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,539 (53,9%), Sedangkan 46,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Ardianto, E., Komala, K., & Lukiati, S. (2014). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Revi). Simbiosis Rekatama Media.
- Besharat, R., & Blumberg, F. (2022). Acta Psychologica Adolescents and social media : The effects of frequency of use , self-presentation , social comparison , and self esteem on possible self imagery. Acta Psychologica, 228(May), 103629.<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103629>
- Burns, R. B. (1993). Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku (Alih Bahasa: Eddy).



- Arcan.
- Cooley, C. H. (1902). Human Nature and Social Order (and the O. D. P. T. at www. Pgdp. Net Richard Tonsing, David Edwards, Ed.). New York: Charles Scribner's Sons, 1902.
<https://www.gutenberg.org/ebooks/75145>
- Coopersmith, S. (1967). The antecedents of self-esteem. San Francisco, W. H. Freeman.
<https://archive.org/details/antecedentsofsel00coop/page/n15/mode/1up>
- Devito, J. A. (1997). The Interpersonal Communication Book. 1–20.
- Effendy, O. U. (2005). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. PT Remaja Rosdakarya.
- Faelasof, R. (2022). Statistika Terapan. Tahta Media Group.
- Ghozali, I. (2018c). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9).
- Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. Doubleday.
<https://archive.org/details/presentationofs00goff>
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing Paradigms in Qualitative Research. Dalam Handbook of Qualitative Research (hlm. 105–117). Sage.
- Gujarati. (2023). Basic Econometrics (4th ed.). McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2022). Multivariate Data Analysis. Cengage Learning.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2021). Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & Smart-PLS 4.0. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Teknik Pengumpulan Data Penelitian (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Kaplan, Andreas M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. Dalam The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research (hlm. 19–32). Sage Publications.
- Littlejohn, S. W. (2002). Theories of Human Communication (7th editio). Wadsworth/Thomson Learning.
- McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory (6th editio). Sage Publications.
https://archive.org/details/mcquailsmasscomm0000mcqu_06ed
- Mead, G. H. (1934). Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist. University of Chicago Press.
- Merton, R. K. (1948). The Self-Fulfilling Prophecy. Antioch Review Inc.
<https://doi.org/10.2307/4609267>
- M. J. Rosenberg, C. I. Hovland, W. J. McGuire, R. P. Abelson, & J. W. Brehm, Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components (pp. 1–14). Yale University Press.
- Mulyana, D. (2007). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya. Nartin, Fathurrahman, Deni, A., & Santoso, Y. H. (2024). METODE PENELITIAN KUALITATIF. Publisher: Yayasan Cendekia Mulia.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/250430/media-sosial-perspektif-komunikasi-budaya-dan-sosioteknologi>
- North, A., & Herbert, G. (1934). Mind Self and Society (C. W. MORRIS, Ed.). Fourteenth Impresston 1964.
- Rachmat, J. (2007). Psikologi Komuikasi. PT Remaja Rosdakarya.
https://www.academia.edu/27332588/Psikologi_komunikasi_Jalaluddin_Rakhmat?auto=download
- Reasoner, R. W. (1992). Building Self-Esteem in the Elementary Schools: Teacher's Manual.



- Consulting Psychologists Press.
- Rogers, C. R. (1961). *The Good Life and the Fully Functioning Person*. Dalam *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Houghton Mifflin.
<https://www.panarchy.org/rogers/person.html>
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. Dalam *Achieving Cultural Change in Networked Libraries* (3rd editio). The Free Press (A Division of Macmillan Publishing Co.).
<https://doi.org/10.4324/9781315263434-16>
- Shannon, Claude E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*.
- Sumadi Suryabrata. (2018). *Metodologi Penelitian*. PT RajaGrafindo Persada.
- Verderber, R. F. (1999). *Communicate !* (9th editio). Wadsworth Publishing.
- Narimawati, U (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Agung Media
- Sarwono, J (2010). *Pintar Menulis Karya Ilmiah: Kunci Sukses dalam Meulis Ilmiah*. Andi
- Annisa, H., Budiman, D. A., & Yuliati. (2024). *Representasi Perempuan dalam Media : Kajian Perspektif Jurnalis bincangperempuan . com*. 6(1), 577–588.
- Bahasa, A. J., Ayuanda, W., Sidabalok, D., & Perangin-angin, A. B. (2024). *Budaya Jawa dalam Film Primbon : Analisis Representasi Stuart Hall*. 7, 440–449.
- Boyd, D. (2014). *It ' s complicated*. Yale University Press. <https://doi.org/10.1039/b916505n>
- Carolyn, I., Victoria, G. D., Dina, S., & Nastain, M. (2023). *Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022*. 2(1), 35–40.
- Duan, Y. (2021). “ Why Can ’ t a Full-tiMe Wife be Defined as an Independent Woman “ -Breaking and Rebuilding the Stereotype of “ Independent Women “ Under Social Media. 615(Ichess), 2293–2298.
- Giantika, G. G. (2019). *Strategy Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Penjualan Fashion Muslim Online (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zilohijab)*. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10, N. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/6219/0>
- Michikyan, M. (2020). *Linking online self-presentation to identity coherence, identity confusion, and social anxiety in emerging adulthood*. *British Journal of Developmental Psychology*, Vol. 38, N, 543–565. <https://doi.org/10.1111/bjdp.12337>
- Nastiti, A. D. S., & Purworini, D. (2018). *Pembentukan Harga Diri : Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi*, 10, 33–47.
- Putri, A. M., & Barseli, M. (2025). *Pengaruh Media Sosial terhadap Konsep Diri Mahasiswa dan Implikasinya dalam Layanan Bimbingan Konseling*. *EDU RESEARCH*, 6, 131–137.
- Santoso, B., Pratiwi, T., Damayanti, E., & Manurung, A. S. (2025). *Representasi Kehidupan Ideal dan Tekanan Sosial di Instagram : terhadap Strategi Pencitraan Diri Dikalangan Anak Muda*. 02(June).
- Komunita. (2018). *Pendidikan & SoftSkills*. Komunita (Komunikasi Pendidikan Widyatama).
<https://komunita.widyatama.ac.id/pendidikan-dan-soft-skill/>
- APJII. (2026). *PROFIL INTERNET INDONESIA 2026*. <https://apjii.or.id/>