

Self-Esteem dan Self-Presentation Online pada Cosplayer Pengguna Instagram

Nita Cahyati¹, Fatma Nuraqmarina^{2}, Zeni Afrilya³*

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana; ³Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma

e-mail: nitaacahyati@gmail.com¹, fatma.nur@mercubuana.ac.id^{2*},
zeni_afrilya@staff.gunadarma.ac.id³

*Corresponding Author

Abstract. The purpose of this study was to determine the relationship between self-esteem and online self-presentation among Instagram cosplayers. The research method uses quantitative correlational research methods. The sample in this study was 167 cosplayers consisting of both women and men who were taken using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The results of the analysis of this study used correlation Pearson analysis which showed that there was a significant relationship between self-esteem and self-presentation online cosplayers of Instagram users and a correlation score of 0,473 indicating a relationship between variables in a positive direction. This means that if individuals with high *self-esteem* then also have high self-presentation online.

Keywords: *Self-Esteem, Self-Presentation Online*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada cosplayer usia dewasa awal pengguna Instagram. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 167 cosplayer yang terdiri dari perempuan maupun laki-laki yang diambil dengan menggunakan teknik non probability sampling yaitu purposive sampling. Hasil analisis dari penelitian ini menggunakan analisa korelasi Pearson yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara self-esteem dengan self-presentation online cosplayer usia dewasa awal pengguna Instagram dan nilai korelasi sebesar 0,473 sehingga menunjukkan hubungan antar variabel dengan arah yang positif. Artinya jika individu dengan self-esteem positif maka juga memiliki self-presentation online yang positif.

Kata kunci: *Self-Esteem, Self-Presentation Online*

Unggah:	Revisi:	Diterima:
11-10-2024	25-10-2024	08-11-2024

Pendahuluan

Cosplay merupakan kegiatan mengenakan kostum, rambut palsu, properti, dan *makeup* untuk merepresentasikan suatu karakter (Rosenberg & Letamendi, 2013). Dalam memerankan karakter, pelaku *cosplay* akan berusaha menirukan segala hal dari karakter tersebut, mulai dari pakaian, rambut, warna mata, postur, mimik wajah, gestur tubuh, dan apapun yang termasuk ciri khas tokoh yang diperankan (Ardhani, 2017). *Cosplayer* biasanya berkumpul pada suatu acara tertentu yaitu acara budaya Jepang, bersama para penikmat *cosplay* lainnya (Pinem, 2018). Terdapat aneka ragam alasan bagi *cosplayer* untuk melakukan kegiatan *cosplay* yaitu dapat terjadi karena kesukaan pada tokoh karakter, suka berkreaitifitas dalam membuat kostum, dan menyukai atensi atau penerimaan dari penonton, menambah teman, bersosialisasi hingga pengembangan diri yang berhubungan dengan kepribadian maupun kreativitas *cosplay* (Rosenberg & Letamendi, 2013).

Penampilan para *cosplayer* tidak hanya dapat dilihat secara langsung melalui *event* Jepang, namun juga dapat dilihat melalui media sosial seperti *Instagram* yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menampilkan identitas diri (Syafuddin, 2020). Ketika seseorang menampilkan dirinya di media sosial seperti *Instagram* kepada orang lain dapat disebut dengan *self-presentation online* (Djafarova, 2017). *Self-presentation online* yaitu ketika individu dapat menunjukkan berbagai aspek berbeda dari dirinya saat berinteraksi di media sosial (Michikyan et al., 2014). *Self-presentation online* yang dilakukan seseorang berkaitan dengan persepsi positif yang diharapkan sebagai bentuk dukungan dari orang lain, dimana dukungan tersebut akan membuat individu merasa berharga dan mengalami peningkatan *self-esteem* (Yang & Brown, 2016).

Dalam melakukan *self-presentation*, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu di media sosial adalah *self-esteem* (Kusumasari & Hidayati, 2014). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa presentasi diri di media sosial, seperti *Instagram* atau *Facebook* memiliki kaitan dengan harga diri (*self-esteem*) (Britt, 2015; Salim et al., 2017). Seperti dalam penelitian Bahri (2015) bahwa "*Self-Esteem Cosplay*" memiliki hasil

bahwa bentuk *self-esteem* dari *cosplayer* yaitu menjadi populer dalam kalangannya, menjadi bintang tamu atau *guest star* dalam *event cosplay*, sebagai juri pada perlombaan *cosplay*, mendapat banyak pujian dan perhatian dari orang lain, juara ketika mengikuti lomba *cosplay*, memiliki banyak tawaran foto dari pengunjung *event* maupun fotografer, dan dinantikan kehadirannya di *event cosplay* selanjutnya.

Dalam hasil penelitian Wijaya dan Andini (2018) bahwa masyarakat yang menyukai dan mengonsumsi budaya populer Jepang seperti *cosplay*, rata-rata berusia remaja menuju dewasa. Menurut Hurlock (1995) dewasa awal merupakan masa penyesuaian diri individu dengan pola kehidupan baru dengan memanfaatkan kebebasan yang diperoleh. Menurut Santrock (2012) masa dewasa awal merupakan masa transisi dari remaja menuju dewasa dengan rentang usia ini berkisar antara 18-25 tahun yang diandai dengan kegiatan bersifat eksperimen dan eksplorasi.

Menurut Rosenberg (1965) terdapat dua aspek *self-esteem* yaitu *self-acceptance* (penerimaan diri) dan *self-respect* (penghormatan diri). Sedangkan aspek dalam *self-presentation online* menurut Michikyan (2014) yaitu dengan menampilkan diri yang sebenarnya (*real self*), menampilkan diri sebagaimana kemauan dan harapan yang ingin dibentuk individu (*ideal self*), tampil berbeda dan tidak sesuai dengan dirinya dalam mempresentasikan diri (*false self*).

Wawancara dilakukan ke seorang *cosplayer* berinisial F (laki-laki, 27 tahun) mengatakan *cosplay* membuat ia merasa lebih percaya diri dan lebih kreatif terutama ketika memakai kostum ia juga menjadi lebih banyak mendapat pujian dari teman-temannya. Dengan kemampuannya berkreaitifitas maka F membuat *cosplay* sebagai mata pencaharian dengan menjadi *wig styler* dan *props maker* yang ditampilkan pada *Instagram*-nya. F dianggap sebagai *cosplayer* senior karena berbagai kemampuannya seperti menata *wig*, membuat aksesoris, memerankan karakter dan ber-*makeup* sehingga sering diundang sebagai juri dalam perlombaan *cosplay*. Karena F dinilai memiliki potensi dalam menilai *cosplayer* lain dilihat dari pengalamannya yang sudah bertahun-tahun menekuni hobi *cosplay* dengan segala kegiatannya. Ketika

menemukan *cosplayer* yang lebih bagus dari dirinya, F tidak lagi merasa *minder*, ia sudah merasa sangat puas dengan *cosplay*-nya. Seperti ketika F diundang dalam suatu *event* Jepang F merasa terus termotivasi dan ingin menunjukkan yang terbaik sehingga orang lain mengetahui bahwa ia *cosplayer* profesional.

Wawancara lain dengan *cosplayer* berinisial CC (perempuan, 18 tahun) merasa bahwa ia belum cukup puas dengan *cosplay*-nya meskipun terkadang mendapat pujian, ia merasa masih belum memiliki keahlian dalam *cosplay* seperti ber-*makeup* oleh karena itu ia sering menggunakan jasa *makeupcosplay* dan sewa kostum, selain itu juga kendala pada pendalaman karakter. Ketika sudah *makeup* dan memakai kostum *cosplay* CC akan merasa lebih cantik, percaya diri dan *mood*-nya menjadi bagus sehingga CC biasanya akan lebih banyak mengunggah foto atau stories di media sosialnya. Namun CC tetap merasa tidak percaya diri ketika melihat *cosplayer* yang lebih bagus dari dirinya atau *cosplayer* dengan tokoh karakter yang sama, maka ia akan berusaha menghindar sehingga tidak berpapasan. Kurangnya dukungan orang tua membuat CC menjadi terbatas dalam melakukan hobinya, karena ia tidak memiliki peralatan *cosplay* sendiri CC biasanya menggunakan jasa *cosplay*.

Berdasarkan fenomena dari wawancara tersebut diketahui bahwa dalam melakukan *self-presentation online*, media sosial memberikan ruang pada penggunanya untuk mempresentasikan diri sesuai dengan yang diinginkan melalui unggahan foto maupun video di *Instagram*. Individu akan menunjukkan sisi terbaik dirinya agar mendapatkan *feedback* positif dari orang lain sehingga meningkatkan penilaian dirinya (*self-esteem*). Bentuk dari *self-esteem negatif* seorang *cosplayer* yaitu mengalihkan diri ke media sosial atau meningkatkan kemampuannya dalam *cosplay* agar lebih baik, sedangkan bentuk dari *self-esteem positif* seorang *cosplayer* ia akan merasa semakin percaya diri dan memanfaatkan media sosial untuk menunjang popularitasnya.

Dari pemaparan tersebut, peneliti berpendapat bahwa terdapat keterkaitan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online*. Maka penelitian ini bertujuan untuk

mengkaji hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* pengguna *Instagram*.

Metode

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* pengguna *Instagram*, dengan menyatakan variable independen yaitu *self-esteem* (X) dan variable dependen yaitu *self-presentation online* (Y).

Populasi yang digunakan adalah *cosplayer* perempuan maupun laki-laki yang menggunakan *Instagram* dengan rentan 18-29 tahun. Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti di *Instagram* maka jumlah populasi yang didapat sebanyak 320 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan rumus dan tabel perhitungan dengan *margin error* 5% dengan melihat tabel jumlah penentuan sampel dari Isaac dan Michael. Maka jumlah proyeksi sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah 167 orang *cosplayer* perempuan maupun laki-laki pengguna *Instagram*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian yaitu *non-probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*. Sampel yang diambil sesuai dengan tujuan penelitian, dengan karakteristik yaitu (1) *Cosplayer* perempuan dan laki-laki yang telah menekuni *cosplay* minimal 3 bulan, (2) *Cosplayer* pengguna media sosial *Instagram*, (3) *Cosplayer* dengan 18-29 tahun

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala pengukur yaitu skala *likert* dan instrument yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner. Variable *self-presentation* diukur dengan menggunakan *Self-Presentation on Facebook Questionnaire* (SPFBQ) yang disusun oleh Michikyan, Dennis dan Subrahmanyam (2014) dengan 17 item pertanyaan dan diadaptasi pada *Instagram*. Untuk mengukur *self-esteem*, peneliti menggunakan alat ukur dari skala Rosenbeg *Self-Esteem Scale* (RSES) yang dikembangkan oleh Morris (Rosenberg, 1965) dengan jumlah item terdiri dari 10 pertanyaan yang terbagi menjadi 5 item pernyataan unfavorable dan 5 item pertanyaan favorable.

Hasil

Dengan memanfaatkan penggunaan media sosial *Instagram*, kuesioner didistribusikan dengan bentuk *google form* dalam mengambil data penelitian ini. Jumlah sampel dalam penelitian ini yang telah diperoleh adalah 175 responden yang dipilih setelah melakukan *cleaning data* terdapat 118 perempuan dan 57 laki-laki, dengan usia 18-23 tahun sebanyak 123 responden dan 24-29 tahun sebanyak 52 responden serta status masa *cosplay* 3-6 bulan sebanyak 26 responden, 6-12 bulan sebanyak 62 responden dan lebih dari 12 bulan sebanyak 87 responden. Data yang terkumpul diolah menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics version 22 for Windows*.

Tabel 1.

[Ket. Uji Normalitas]

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Self-Esteem</i>	0,91	Terdistribusi Normal
<i>Self-Presentation Online</i>		

Uji normalitas juga dilakukan dengan *One-Sample Kolmogorov Smirnov* yang menunjukkan nilai signifikansi $0,91 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai residual kedua variabel terdistribusi normal.

Tabel 2.

[Ket. Uji Linearitas]

Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
<i>Self-Esteem</i>	0,911	Linear
<i>Self-Presentation Online</i>		

Selain itu juga diketahui bahwa hasil uji linearitas dari variabel *self-esteem* dan variabel *self-presentation online* memiliki nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar $0,911 > 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel *self-esteem* dengan variabel *self-presentation online*.

Tabel 3.

[Ket. Uji Korelasi Antar Variabel]

Kategori	Pearson Correlation	N	Sig. (2-tailed)
<i>Self-Esteem</i>	.473**	175	.000
<i>Self-Presentation Online</i>	.473**	175	.000

Berdasarkan Tabel 3, Uji korelasi antar variable dapat dilihat poada hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa hasil uji korelasi yang dilakukan menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,473 dan signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan dalam penelitian ini Hipotesa Alterantif diterima dan menolak H_0 yang artinya terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation onine* dengan arah hubungan positif yaitu semakin positif *self-esteem* maka semakin positif juga *self-presentation onlie* individu tersebut.

Tabel 4.

[Ket. Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel]

Self-Esteem

Self-Presentation Online	<i>Self-Acceptance</i>	<i>Self-Respect</i>	Sig. (2-tailed)
<i>False Self</i>	.569**	.520**	.000
<i>Real Self</i>	.231**	.149*	.000
<i>Ideal Self</i>	.263**	.246**	.000

Berdasarkan Tabel 4, penelitian ini juga menguji korelasi antara dimensi *self-esteem* terhadap dimensi *self-presentation online* dengan hasil yang memiliki korelasi yang positif. Aspek yang memperoleh nilai tertinggi yaitu aspek *self-acceptance* terhdap *false self* dengan nilai 0,569. Artinya individu dengan penerimaan diri yang positif akan menunjukkan diri dengan berbeda dari yang sesungguhnya di *Instagram*.

Tabel 5.

[Ket. Kategorisasi *Self-Presentation Online*]

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
<i>Rendah</i>	$X < 38$	39	22.3%
<i>Sedang</i>	$38 \leq X \leq 51$	104	59.4%

<i>Tinggi</i>	$X > 51$	32	18.3%
Total		175	100%

Berdasarkan Tabel 5, menggunakan kategorisasi hipotetik terdapat 39 responden (22.3%) dengan *self-presentation* rendah, 104 responden (59.4%) dengan *self-presentation online* sedang, dan 32 responden (18.2%) dengan *self-presentation online* tinggi.

Tabel 6.

[Ket. Kategorisasi *Self-Esteem*]

<i>Kategori</i>	<i>Skor</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase</i>
<i>Rendah</i>	$X < 21$	48	27.4%
<i>Sedang</i>	$21 \leq X \leq 31$	95	54.3%
<i>Tinggi</i>	$X > 31$	32	18.3%
Total		175	100%

Berdasarkan Tabel 6, menggunakan kategorisasi hipotetik terdapat 48 responden (27.4%) dengan *self-esteem* rendah, 95 responden (54.3%) dengan *self-esteem* sedang, dan 32 responden (18.3%) dengan *self-esteem* tinggi.

Diskusi

Berdasarkan analisis uji hipotesis *self-esteem* dan *self-presentation online* dengan hasil perhitungan statistik uji korelasi menggunakan teknik *pearson correlation* maka menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,473 dan signifikansi 0,000 yang artinya terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dengan *self-presentation online* pada *cosplayer* pengguna *Instagram*. Pada hasil tersebut memiliki arti bahwa jika *self-esteem* individu positif maka *self-presentation online* di *Instagram* juga akan positif, hal ini didukung dengan pendapat dari Damayanti (2018) bahwa perilaku presentasi diri seorang pada media sosial *Instagram* ditunjukkan untuk membentuk harga diri yang lebih tinggi, menciptakan kembali harga diri mereka kepada publik.

Seperti pada hasil penelitian oleh Zenita (2019) yang menunjukkan korelasi positif dan signifikan antara *self-esteem* dengan *self-presentation* pada pengguna *Instagram*, dimana ketika individu memiliki *self-esteem* yang tinggi maka semakin

tinggi pula *self-presentation* yang ia lakukan di *Instagram*. Overup, dkk. (2015) dalam penelitiannya bahwa harga diri merupakan faktor penting individu untuk melakukan presentasi diri adalah *Friendship-contingent self-esteem*, yaitu ketika seseorang dengan harga diri tinggi ia cenderung akan memperlihatkan identitasnya dan berusaha untuk menunjukkan persona positif di ruang publik,

Adapun hasil penelitian sebelumnya dimana yang meneliti hubungan *self-presentation* dan *self esteem*. Penelitian oleh Mawardi (2020), Ramadhani & Ningsih (2021), Rozika & Ramdhani, (2016) menyebutkan bahwa meneliti hubungan positif signifikan antara *self-esteem* dengan *self-presentation*. Adanya hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation* disebabkan oleh *self-esteem* membantu individu untuk membentuk orientasi sosial yang baik, keyakinan diri, kepercayaan diri, serta kemampuan menghadapi kesulitan dan situasi yang menekan secara lebih efektif, seta membantu individu untuk mengembangkan harapan, dan tujuan positif. Hal ini pada akhirnya juga dapat mendorong individu untuk mengembangkan *self-presentation* pada dirinya.

Pada hasil analisis deskriptif skala *self-esteem* dan *self-presentation online* penelitian ini, bahwa subjek penelitian terbagi menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Pada kedua variabel terdapat banyak responden yang berada dalam kategori sedang, pada *self-esteem* sebanyak 95 orang (54,3%) dan pada *self-presentation online* sebanyak 104 orang (59,4%). Menurut Coopersmith (1967) individu dengan *self esteem* sedang memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan individu dengan *self-esteem* tinggi, yaitu memiliki penilaian mengenai harapan-harapan, kemampuan dan kebermaknaan diri yang bersifat positif. Menurut Fiske & Taylor (1991) seseorang dengan *self-presentation* sedang akan terkesan membingungkan orang lain, yaitu ketika orang tersebut pada suatu waktu dapat terlihat baik dan peduli, dilain waktu terlihat tidak memiliki kepedulian terhadap sekitarnya.

Selanjutnya peneliti juga melakukan uji korelasi antar dimensi variabel *self-esteem* dengan *self-presentation online* yang memiliki hasil korelasi positif. Dimensi dengan nilai tertinggi yaitu antara *self-acceptance* terhadap *false self* dengan nilai 0,569 yang artinya individu dengan penerimaan diri yang positif akan menunjukkan dirinya dengan berbeda dari yang sesungguhnya di *Instagram*. Menurut Rozika (2016) pada penelitiannya, *self-esteem* dianggap sebagai acuan seseorang agar mampu mempresentasikan diri dengan cara melihat citra orang lain dan kemudian membandingkan dengan dirinya, sehingga individu tersebut akan menunjukkan diri dengan berbeda dari sesungguhnya. Demikian menurut Yang & Ying (2021) bahwa individu menyeimbangkan diri untuk dapat beradaptasi dan sesuai dengan hal tersebut dengan cara menunjukkan bahwa ia telah berhasil dalam melakukan presentasi diri di media sosial.

Menurut Prawesti & Dewi (2016) faktor *self-presentation* yang berpengaruh salah satunya adalah *self-esteem*. Dibutuhkan *self-esteem* untuk membantu individu dalam menampilkan dirinya, yaitu ketika individu dengan karakteristik positif akan mampu bertahan serta menampilkan diri dengan baik tanpa mengurangi kontrol diri. Seperti pendapat Rahmadeni & Ningsih (2021) *self-esteem* rendah yang ditunjukkan akan menampilkan *self-presentation* negatif yang disebabkan oleh diri sendiri karena mengalami kekurangan dalam mengontrol diri dalam beraktivitas di *Instagram*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *self-presentation online* pada *cosplayer* pengguna *Instagram*. Artinya, semakin positif *self-esteem* yang dimiliki *cosplayer* maka semakin positif juga *self-presentation online* yang dimiliki.

Saran

Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel atau dimensi lain yang diduga memiliki hubungan antar variabel, dan dapat menggunakan metode yang berbeda sehingga bisa memperoleh hasil yang lebih baik.

Untuk penelitian sejenis, selanjutnya dapat memperluas subjek penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

Peneliti selanjutnya dapat mengkaji ulang penelitian lebih mendalam dengan mencari faktor-faktor lain yang diduga berhubungan dengan pembentukan dan perkembangan *self-esteem* dengan *self-presentation online* yang memiliki kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti *self-efficacy*, *body image*, *self-comparation*, *self-confidence* atau *self-concept*.

Meningkatkan kualitas penelitian lebih lanjut dengan memperbanyak jumlah subjek, menambah data demografi dan memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi proses penelitian.

Peneliti selanjutnya perlu untuk mengembangkan penelitian ini dengan penggalian data yang lebih mendalam dengan menggunakan metode kualitatif sehingga melihat gambaran dari variable yang ada.

Daftar Pustaka

- Ardhani, S. A., Wulan, R. R & Malau, R. M. (2017). Identitas Diri Pelaku Cosplay (Studi Fenomenologi Cosplayer di Komunitas Cosplay Bandung). *e-Proceeding of Management*, 4(3), 3281-3294.
- Bahri, S. (2015). *Self Esteem Cosplayer*. Skripsi. Gresik: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Fransisco: W. H. Freeman and Company
- Damayanti, A. & Purworini, D. (2018). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33.
- Djafarova, E. & Trofimenko, O. (2017). Exploring the relationships between self-presentation and self-esteem of mothers in social media in Russia. *Computers in Human Behavior*, 73, 20–27.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition (2nd ed.)*. New York: Mcgraw-Hill Book Company.

- Hurlock, E. B. (1995). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Hootsuite and We Are Social. (2021). The Latest Insight Into The State of Digital. Retrieved from <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>
- Kusumasari, H. & Hidayati, D. S. (2014). Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Teori & Terapan*, 4(2), 91–105.
- Mawardi, L. N. C. (2020). Hubungan self-presentation dan self-esteem pada remaja pengguna fake account instagram. *Doctoral dissertation*, Universitas Pelita Harapan.
- Michikyan, M., Jessica, D. & Kaveri, S. (2014). *Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults*. *SAGE Open Publication*, 33(1). Retrieved from <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Overup, C. S., Brunson, J. A. & Acitelli, L. K. (2015). Presenting different selves to different people: Self-presentation as a function of relationship type and contingent self-esteem. *The Journal of General psychology*, 142(4), 213- 237. Retrieved from <https://10.1080/00221309.2015.1065787>.
- Pinem, F. A. (2018). Psikologi Komunikasi Remaja Terhadap Konsep Diri di Kalangan Komunitas Cosplayer Medan. *Jurnal Ineraksi*, 2(2), 145-156.
- Rahmadeni, T. & Ningsih, Y. T. (2021). *Hubungan Self Esteem Dengan Self Presentation Pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram*. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rosenberg, R. S. & Letamendi, A. M. (2013). Expressions of fandom: Findings from a psychological survey of cosplay and costume wear. *Intensities: The Journal of Cult Media*, 5, 9-18.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE). *Acceptance and commitment therapy. Measures package*, 61(52). 18.
- Rozika, L. A. & Ramdhani, N. (2016). Hubungan Antara Harga Diri dan Body Image Dengan Online Self-Presentation Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi UGM*, 2(3), 172-183.
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T. & Qurani, R. (2017). Are Self-Presentation Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear Of Missing Out?. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 21(2), 70.
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development: Perkembangan Masa Hidup Jilid I*. (B. Widiasinta, Penerjemah) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Syafuddin, K. (2020). Cosplay Sebagai Ajang Mendapatkan Pengakuan Masyarakat (Analisis Politik Identitas Cosplayer di Dunia Virtual). *Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 1(3).
- Wijaya, H. & Andini, S. I. (2018). Akulturasi Budaya Populer Jepang pada Cosplayer di Komunitas Cosplay Medan dalam Perspektif Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Komunika: Gaya Hidup dan Budaya*. 14(2).
- Yang, C. & Brown, B. B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth Adolescence*, 45,

402–416. Retrieved from HYPERLINK
"<https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>"
<https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>

Yang, T., & Ying, Q. (2021). Online self-presentation strategies and fulfillment of psychological needs of Chinese sojourners in the United States. *Frontiers in Psychology*, 4089. Retrived from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.586204> (italic)

Zenita, Y. M. (2019). *Hubungan Self-Esteem Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram. Skripsi*. Surabaya: Universitas Airlangga.