

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era sekarang, media sosial sudah menjadi bagian yang sudah tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan generasi muda, terutama sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan membangun citra digital. Perkembangan *platform* media sosial berbasis visual dan interaktif mendorong individu untuk untuk mengekspresikan jati dirinya secara selektif dan terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh pengakuan sosial. Data We Are Social tahun 2025 menunjukkan bahwa populasi pada pengguna media sosial di Indonesia telah meningkat secara signifikan, dari 191 juta pengguna pada tahun 2024 menjadi lebih dari 215 juta pengguna pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan mencapai lebih dari 12%.¹

Data tersebut meliputi berbagai *platform* media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia meliputi *WhatsApp* sebagai media komunikasi utama, *YouTube* sebagai sarana konsumsi informasi dan edukasi visual, serta Instagram, *Facebook*, dan *TikTok* sebagai ruang ekspresi diri dan interaksi sosial. Data menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aktif mengakses lebih dari satu *platform* media sosial setiap harinya dengan durasi penggunaan rata-rata mencapai hampir tiga jam per hari. Tingginya intensitas penggunaan berbagai *platform* tersebut memperkuat peran media sosial sebagai arena pembentukan citra diri, di mana secara sadar maupun tidak sadar individu dalam mengelola

¹ We Are Social & Hootsuite. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>.

kesan yang ingin ditampilkan kepada publik.

Fakta ini menegaskan bahwa media sosial merupakan bagian yang tidak terpisahkan di kalangan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa, salah satunya yaitu guru sebagai tenaga pendidik. Guru merupakan tenaga yang disalurkan di bidang pendidikan yang dituntut memiliki keahlian dan kemahiran profesional ketika melaksanakan tugas untuk mengajar, mendidik, serta membimbing peserta didik agar potensi yang dimiliki dapat berkembang secara maksimal. Sehingga, guru harus memiliki kompetensi profesional yang komprehensif agar proses layanan pendidikan dapat terlaksana secara efektif dan memberikan makna yang optimal.²

Bagi guru, media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi, tetapi juga digunakan sebagai sarana pengembangan profesional. Guru memanfaatkan media sosial untuk membagikan informasi pembelajaran, mendokumentasikan kegiatan pendidikan, menjalin komunikasi dengan peserta didik maupun wali murid, serta membangun citra profesional sebagai pendidik. Melalui aktivitas tersebut, guru secara tidak langsung melakukan presentasi diri secara *online*, yaitu proses menampilkan informasi, identitas, dan karakteristik diri kepada audiens digital untuk membentuk kesan tertentu.

Selain fungsi informatif, media sosial juga menjadi ruang bagi guru untuk menampilkan berbagai bentuk konten yang merepresentasikan identitas profesional dan religius mereka, seperti dokumentasi kegiatan pembelajaran di

² Ikhfi Imaniah and Muhammad Abduh Al Manar, "Menjadi Guru Profesional Di Era Digital: Pemanfaatan Media Pembelajaran Digital Dan Media Sosial," *Community Services and Social Work Bulletin* 2, no. 1 (2022): 49, <https://doi.org/10.31000/cswb.v2i1.6889>.

kelas, aktivitas organisasi sekolah, konten edukatif, dakwah sederhana, hingga refleksi pengalaman mengajar. Pada proses tersebut, guru berupaya membangun citra diri yang positif, kredibel, dan inspiratif di mata peserta didik, wali murid, maupun masyarakat luas. Namun, upaya membangun citra diri ini juga menuntut pengelolaan presentasi diri yang bijak, mengingat media sosial merupakan ruang publik yang sarat dengan penilaian sosial dan ekspektasi profesional terhadap peran seorang guru sebagai tenaga pendidik dan pemberi contoh atau teladan. Sebagaimana dikatakan oleh Budiana bahwa seorang guru profesional di masa sekarang dituntut untuk memiliki kemampuan literasi digital, etika bermedia, serta kesadaran dalam membangun citra diri yang positif di ruang digital sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan profesional seorang pendidik.³

Fenomena yang ada dilapangan menunjukkan semakin meningkatnya intensitas presentasi diri *online* yang dilakukan oleh guru di media sosial. Intensitas presentasi diri *online* mengacu pada tingkat keterlibatan individu dalam menampilkan dirinya di media sosial yang tercermin melalui frekuensi unggahan, aktivitas berbagi informasi, keterlibatan dalam interaksi digital, serta konsistensi dalam membangun citra diri di ruang *online*. Tingginya intensitas presentasi diri *online* menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar digunakan sebagai sarana komunikasi, melainkan juga sebagai ruang pembentukan identitas dan eksistensi diri. Hal ini menjadi penting karena setiap bentuk presentasi diri yang ditampilkan berpotensi memengaruhi persepsi peserta didik, orang tua, maupun masyarakat terhadap profesionalisme guru.

³ I Budiana, "Menjadi Guru Profesional Di Era Digital. JIEBAR: Journal of Islamic Education: Basic and Applied Research, 2 (2), 144–161," 2022.

Sejalan dengan tuntutan era digital, guru profesional tidak hanya dituntut menguasai materi pembelajaran, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital dan media sosial secara kreatif, inovatif, serta bertanggung jawab dalam mendukung proses pembelajaran dan komunikasi edukatif.⁴

Namun, dengan tingginya intensitas presentasi diri *online* tidak selalu diikuti oleh kemampuan individu untuk menampilkan dirinya secara autentik. Fenomena yang sering dijumpai menunjukkan bahwa sebagian guru maupun orang dewasa pengguna media sosial cenderung menggunakan filter, pengeditan visual, atau melakukan kurasi konten secara berlebihan sebelum dipublikasikan. Selain itu, terdapat kecenderungan untuk hanya menampilkan sisi-sisi positif kehidupan dan pencapaian profesional yang dianggap mampu memperoleh respons positif dari audiens. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas presentasi diri di media sosial sering kali dipengaruhi oleh keinginan untuk membangun citra diri ideal. Kecenderungan ini dapat diperkuat oleh adanya perbandingan sosial dengan figur publik atau pengguna media sosial lainnya yang dianggap lebih berhasil, kompeten, dan menarik. Akibatnya, individu dapat mengalami ketidaksesuaian antara citra diri yang ditampilkan di media sosial dengan kondisi dirinya yang sebenarnya.⁵ Fenomena tersebut mencerminkan adanya dinamika psikologis yang berperan dalam menentukan bagaimana individu menampilkan dirinya di ruang digital, termasuk pada guru sebagai

⁴ Imaniah and Al Manar, "Menjadi Guru Profesional Di Era Digital: Pemanfaatan Media Pembelajaran Digital Dan Media Sosial."

⁵ Suryani Suryani et al., "Digital Literacy Based on Islamic Values to Improve Risk Perception and Critical Thinking among Muslim Adolescents," *Psikis : Jurnal Psikologi Islami* 10, no. 1 (2024): 80–90, <https://doi.org/10.19109/psikis.v10i1.19067>.

kelompok profesional yang memiliki tuntutan sosial dan moral yang tinggi.

Fenomena tersebut juga terlihat pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek yang semakin aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, berbagi informasi pendidikan, mendokumentasikan aktivitas pembelajaran, serta menunjukkan identitas profesional mereka sebagai pendidik. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi pribadi, tetapi juga menjadi ruang bagi guru untuk membangun citra profesional dan menjalin interaksi dengan peserta didik, wali murid, maupun masyarakat. Namun demikian, tingkat intensitas presentasi diri *online* yang dilakukan oleh setiap guru tidak selalu sama. Sebagian guru aktif dan konsisten membagikan berbagai aktivitas profesionalnya di media sosial, sedangkan sebagian lainnya cenderung lebih pasif dan membatasi keterlibatan dirinya dalam ruang digital. Perbedaan tersebut mengindikasikan adanya faktor-faktor psikologis yang berpotensi memengaruhi intensitas presentasi diri *online* yang dilakukan oleh guru.

Salah satu faktor yang diduga berpengaruh adalah *self-esteem*. Hubungan antara *self-esteem* dan presentasi diri telah didukung oleh berbagai penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Robaiyani, Nada, dan Al Afghani menunjukkan bahwa *self-esteem* berpengaruh terhadap *online self-presentation* pada mahasiswa pengguna Instagram.⁶ Temuan serupa juga ditemukan oleh Cita, Putri, dan Halimah yang menyatakan adanya hubungan

⁶ Siti Robaiyani, Sania Qotrun Nada, and Abdullah Azzam Al Afghani, "Self-Esteem Dan Dukungan Sosial Terhadap Online Self Presentation Pada Mahasiswa," *Jurnal Sublimapsi* 6, no. 2 (2025): 185–93, <https://sublimapsipsikologi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/179>.

antara *self-esteem* dan *self-presentation* pada pengguna TikTok *usia emerging adulthood*.⁷ Selain itu, penelitian Latupeirissa dan Wijono menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki hubungan dengan *self-presentation* pada mahasiswa pengguna Instagram.⁸ Menurut Rosenberg, *self-esteem* merupakan evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya secara keseluruhan.⁹

Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri yang lebih baik, merasa mampu menunjukkan kompetensinya, serta tidak mudah merasa terancam oleh penilaian sosial. Pada ruang media sosial, kondisi tersebut dapat mendorong individu untuk lebih aktif menampilkan dirinya karena memiliki keyakinan terhadap kualitas yang dimiliki. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* rendah cenderung merasa kurang yakin terhadap dirinya sehingga lebih berhati-hati atau bahkan mengurangi keterlibatan dalam aktivitas presentasi diri *online*. Sehingga, *self-esteem* diduga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tinggi rendahnya intensitas presentasi diri *online* pada guru.

Selain *self-esteem*, faktor lain yang diduga berpengaruh adalah *self-concept*. Hubungan antara *self-concept* dan presentasi diri telah didukung oleh berbagai penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Suwandi dan

⁷ Cita Dwi, Tresnawati Putri, and Lilim Halimah, "Hubungan Self-Esteem Terhadap Self-Presentation Pada Emerging Adulthood Pengguna TikTok Di Kota Bandung" Vol. 6 No., no. Bandung Conference Series: Psychology Science (2026): 79–88.

⁸ Angeliqe Latupeirissa and Sutarto Wijono, "Self-Esteem Dengan Self-Presentation Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram," *Bulletin of Counseling and Psychotherapy* 4, no. 2 (2022): 226–34, <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i2.200>.

⁹ Morris Rosenberg, "Society and the Adolescent Self-Image," *Society and the Adolescent Self-Image*, 2015, 1–326, <https://doi.org/10.2307/2575639>.

Mardianto menunjukkan bahwa *self-concept clarity* memberikan kontribusi terhadap *online self-presentation* pada pengguna akun anonim di media sosial.¹⁰ Temuan tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki kejelasan konsep diri yang tinggi cenderung menampilkan identitas yang lebih konsisten dalam aktivitas presentasi diri *online*. Selain itu, penelitian Ningrum menemukan bahwa *self-concept clarity* memiliki hubungan dengan *inauthentic self-presentation* pada pengguna Instagram.¹¹

Self-concept merupakan persepsi dan pemahaman individu mengenai dirinya sendiri yang mencakup identitas, kemampuan, karakteristik, serta peran sosial yang dimiliki.¹² Pada profesi guru, *self-concept* berkaitan dengan bagaimana guru memandang dirinya sebagai pendidik, teladan, dan individu yang memiliki tanggung jawab sosial di lingkungan pendidikan. Guru yang memiliki *self-concept* positif cenderung memiliki kejelasan identitas profesional sehingga lebih percaya diri dalam menampilkan aktivitas, pemikiran, dan kompetensinya di media sosial. Sebaliknya, guru yang memiliki *self-concept* kurang positif cenderung mengalami keraguan terhadap identitas profesionalnya sehingga kurang aktif dalam melakukan presentasi diri secara *online*. Oleh karena itu, *self-concept* diperkirakan memiliki hubungan dengan intensitas

¹⁰ Wuri Handayani Suwandi and Mardianto Mardianto, "Contribution of Self Concept Clarity to Online Self Presentation Among Users of Anonymous Accounts on Social Media," *International Journal of Science and Environment (IJSE)* 6, no. 1 (2026): 294–99, <https://doi.org/10.51601/ijse.v6i1.310>.

¹¹ MULYANI CAHYA NINGRUM SRI, "HUBUNGAN ANTARA SELF ESTEEM DAN SELF CONCEPT CLARITY DENGAN INAUTHENTIC SELF PRESENTATION PENGGUNA INSTAGRAM" (UIN Raden Intan Lampung, 2023).

¹² Anne C Petersen, "The Development of Self-Concept in Adolescence," *Self-Concept: Advances in Theory and Research*, 1981, 191–202.

presentasi diri *online* yang dilakukan oleh guru.

Secara konseptual, *self-esteem* dan *self-concept* merupakan dua faktor psikologis yang saling berkaitan dalam memengaruhi perilaku individu di media sosial. *Self-esteem* berhubungan dengan penilaian individu terhadap keberhargaan dirinya, sedangkan *Self-concept* berkaitan dengan kerangka kognitif yang membentuk pemahaman individu mengenai identitas, peran, dan nilai dirinya, termasuk bagaimana individu ingin dipersepsikan oleh orang lain.¹³ Kedua aspek tersebut dapat memengaruhi keputusan individu mengenai seberapa sering, seberapa aktif, dan seberapa konsisten dirinya menampilkan identitas personal maupun profesional di media sosial. Oleh karena itu, semakin positif *self-esteem* dan *self-concept* yang dimiliki guru, semakin besar kecenderungannya untuk melakukan presentasi diri secara *online* dengan intensitas yang lebih tinggi.

Hubungan antara *self-esteem*, *self-concept*, dan perilaku presentasi diri di media sosial telah didukung oleh berbagai hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Mulyani Cahya Ningrum menunjukkan bahwa *self-esteem* dan *self-concept clarity* memiliki hubungan yang signifikan dengan kecenderungan presentasi diri pada pengguna Instagram. Individu yang memiliki *self-esteem* rendah dan kejelasan konsep diri yang lemah cenderung mengalami kesulitan dalam menampilkan identitas dirinya secara konsisten di media sosial serta lebih bergantung pada penilaian dan penerimaan dari

¹³ George Smith, "Self, Self-Concept, and Identity," *Handbook of Self and Identity* 2 (2012): 69–104.

lingkungan digital.¹⁴ Temuan tersebut menunjukkan bahwa *self-esteem* dan *self-concept* merupakan faktor internal yang berperan dalam membentuk perilaku individu ketika menampilkan dirinya di ruang digital. Sehingga hal tersebut berkaitan dengan cara individu menilai dirinya dan memahami identitas dirinya dapat memengaruhi bagaimana ia membangun serta menampilkan citra dirinya di media sosial.

Temuan tersebut memberikan indikasi bahwa *self-esteem* dan *self-concept* berpotensi memengaruhi intensitas presentasi diri *online*, karena kedua variabel tersebut berkaitan dengan keyakinan individu terhadap dirinya sendiri serta kejelasan identitas yang dimilikinya. Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi dan *self-concept* positif cenderung lebih percaya diri dalam menampilkan aktivitas, kemampuan, maupun identitas dirinya di media sosial. Sebaliknya, individu yang memiliki *self-esteem* rendah dan *self-concept* yang kurang positif cenderung lebih berhati-hati, kurang aktif, atau membatasi keterlibatan dirinya dalam aktivitas presentasi diri *online*.

Meskipun penelitian mengenai *self-esteem*, *self-concept*, dan perilaku presentasi diri di media sosial telah dilakukan pada berbagai kelompok pengguna media sosial, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh *self-esteem* dan *self-concept* terhadap intensitas presentasi diri *online* pada guru Madrasah Ibtida'iyah masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *self-esteem* dan *self-concept* terhadap intensitas presentasi diri *online* pada guru Madrasah

¹⁴ SRI, "HUBUNGAN ANTARA SELF ESTEEM DAN SELF CONCEPT CLARITY DENGAN INAUTHENTIC SELF PRESENTATION PENGGUNA INSTAGRAM."

Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor psikologis yang melatarbelakangi perilaku guru dalam memanfaatkan media sosial di era digital.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan pembahasan dari latar belakang, dapat diidentifikasi bahwa perkembangan media sosial telah memengaruhi cara seorang guru dalam menampilkan diri di dunia maya. Fenomena ini tidak terlepas dari faktor psikologis, terkhusus pada *self-esteem* dan *self-concept* yang berperan penting dalam menentukan bagaimana individu dapat menilai dirinya sendiri dan mengekspresikan citra diri secara *online*. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana *self-esteem* dan *self-concept* guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek berpengaruh terhadap cara mereka dalam menerapkan presentasi diri di media sosial, baik dari segi konsistensi, autentisitas, maupun preferensi menampilkan diri secara *online*.

Adapun batasan penelitian ini difokuskan pada pengaruh *self-esteem* dan *self-concept* terhadap intensitas presentasi diri secara *online* pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek yang aktif menggunakan media sosial. Batasan ini ditetapkan agar penelitian lebih terarah, sesuai dengan urgensi fenomena yang sedang berkembang, serta disesuaikan dengan kemampuan dan cakupan waktu penelitian yang tersedia.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *self-esteem* berpengaruh terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek?
2. Apakah *self-concept* berpengaruh terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek?
3. Apakah *self-esteem* dan *self-concept* secara simultan berpengaruh terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk mengetahui pengaruh *self-concept* terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek.
3. Untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* dan *self-concept* secara simultan berpengaruh terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek.

E. Kegunaan Penelitian

Terdapat kegunaan penelitian baik secara teoritis yang diarahkan untuk pengembangan ilmu pengetahuan, maupun secara praktis sebagai usaha dalam memecahkan masalah sosial, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan sebuah kontribusi terhadap upaya pengembangan ilmu Psikologi dengan memperluas pemahaman mengenai pengaruh dari *self-esteem* dan *self-concept* terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial. Hasil penelitian ini juga akan memperkaya literatur akademik yang membahas hubungan antara faktor psikologis dan perilaku komunikasi digital pada mahasiswa. Selain itu, temuan penelitian ini juga nantinya diharapkan dapat memberikan sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada perilaku komunikasi digital di kalangan mahasiswa.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Tenaga Pendidik (Guru)

Hasil penelitian ini dapat memberikan peningkatan pada kesadaran seorang guru terhadap pentingnya menjaga *self-esteem*, *self-concept* dan mengekspresikan diri secara apa adanya di media sosial. Selain itu penelitian ini juga nantinya dapat menjadi panduan bagi guru dalam membangun dan mengembangkan citra diri positif yang selaras dengan nilai-nilai Islam dan etika komunikasi digital terkhusus guru Madrasah Ibtida'iyah.

b. Bagi Institusi Akademik

Penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi dosen dan pihak kampus dalam mengembangkan program pembelajaran serta pelatihan literasi digital yang menekankan pada aspek etika, keaslian, dan kesehatan psikologis mahasiswa di dunia digital.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi referensi dan menjadi pijakan untuk penelitian lanjutan yang meneliti topik serupa, baik dalam pengaruh psikologis media sosial, pengembangan *self-esteem* dan *self-concept*, maupun dinamika presentasi diri dalam perspektif psikologi Islam dan komunikasi digital.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada pembahasan mengenai pengaruh *self-esteem* dan *self-concept* terhadap intensitas presentasi diri secara *online* di media sosial pada guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menggunakan 3 variabel meliputi 2 variabel independen, yaitu *self-esteem* dan *self-concept*, serta presentasi diri *online* sebagai variabel dependen. Aspek *self-esteem* mengacu pada teori Rosenberg, yang meliputi *self-acceptance* atau *self-worth* (penerimaan diri) dan *self-respect* atau *self-competence* (penghormatan diri), sedangkan aspek *self-concept* mencakup beberapa dimensi utama sesuai teori dari Goni, yaitu *self-fulfillment* (pemenuhan diri dan pencapaian tujuan),

autonomy (kemandirian dalam pengambilan keputusan), *honesty* (kejujuran dan integritas dalam perilaku), serta *emotional adjustment* (kemampuan mengelola emosi dan penyesuaian diri secara sosial). Aspek *presentasi diri online* mengacu pada teori Fullwood, yang mencakup *ideal self* (presentasi versi terbaik diri untuk citra positif), *multiple self* (variasi citra di berbagai *platform*), *consistent self* (keselarasan antara citra *online* dan *offline*), dan *online presentation preference* (preferensi untuk ekspresi bebas atau terkontrol di media digital).

Subjek penelitian dibatasi pada guru Madrasah Ibtidaiyah di Kabupaten Trenggalek yang aktif sebagai pengguna media sosial yang digunakan untuk sarana mengekspresikan diri dan berinteraksi sosial. Fokus penelitian diarahkan untuk menganalisis sejauh mana *self-esteem* dan *self-concept* berpengaruh terhadap cara guru Madrasah Ibtidaiyah di Kabupaten Trenggalek membentuk, menampilkan, dan mengelola identitas digitalnya di media sosial. Berdasarkan hal tersebut, ruang lingkup penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang jelas mengenai pengaruh antara *self-esteem*, *self-concept* dan perilaku presentasi diri secara *online* pada guru Madrasah Ibtidaiyah di Kabupaten Trenggalek.

G. Penegasan Variabel

1. Variabel Independen (X_1): *Self-Esteem*

Self-esteem dapat terdefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan dan stabil terhadap nilai diri sendiri, yang mencakup penilaian positif atau negatif terhadap keahlian, prestasi, dan nilai intrinsik individu, serta memengaruhi perilaku sosial dan adaptasi emosional sebagaimana yang

telah dijelaskan oleh Rosenberg.¹⁵ Pada penggunaan media sosial khususnya guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek, *self-esteem* berfungsi sebagai moderator internal yang memengaruhi bagaimana individu mengelola impresi diri, di mana tingkat tinggi mendukung ekspresi autentik, sementara rendahnya dapat menyebabkan ketergantungan pada validasi eksternal.

2. Variabel Independen (X₂) : *Self-Concept*

Self-concept didefinisikan sebagai pemahaman individu mengenai dirinya sendiri yang terkait dengan persepsi terhadap identitas, peran sosial, nilai-nilai personal, dan kemampuan menyesuaikan diri secara emosional dan sosial dalam berbagai konteks kehidupan, baik *offline* maupun *online*.¹⁶ Pada penggunaan media sosial khususnya guru Madrasah Ibtida'iyah di Kabupaten Trenggalek, *self-concept* memiliki fungsi sebagai kerangka kognitif yang dapat memengaruhi individu dalam memaknai dirinya dan menampilkan citra diri secara *online*. Individu dengan *self-concept* yang kuat akan cenderung lebih konsisten dalam mempertahankan identitas diri yang apa adanya sebaliknya, *self-concept* yang lemah akan dapat membuat individu lebih rentan terhadap tekanan sosial dan pencarian validasi eksternal.

¹⁵ Rosenberg, "Society and the Adolescent Self-Image."

¹⁶ Alfredo Goñi, Eider; Madariaga, José M.; Axpe, Inge; Goñi, "Structure of the Personal Self-Concept (PSC)," *International Journal of Psychology and Psychological Therapy* 11, no. 3 (2011): 511.

3. Variabel Dependen (Y): Intensitas Presentasi Diri secara *Online*

Intensitas presentasi diri secara *online* terdefiniskan sebagai tingkat keterlibatan individu dalam mengelola dan mengekspresikan jati dirinya di ruang digital, yang tercermin dari frekuensi, konsistensi, serta kekuatan upaya untuk membangun kesan tertentu di media sosial. Presentasi diri secara *online* sendiri didefinisikan sebagai proses strategis di mana individu mengelola dan memproyeksikan citra diri di ruang digital untuk mencapai tujuan sosial, seperti membangun identitas, mendapatkan pengakuan, atau menghindari penolakan, melalui elemen seperti konten, visual, dan interaksi sebagaimana dijelaskan oleh Fullwood, dkk.¹⁷ Konsep ini terinspirasi dari teori dramaturgi Erving Goffman, yang menganalogikan interaksi sebagai pertunjukan dengan "*front stage*" (citra publik) dan "*back stage*" (diri pribadi). Pada *platform* media sosial khususnya guru Madrasah Ibtidaiyah di Kabupaten Trenggalek, presentasi diri ini dipengaruhi oleh fitur visual dan algoritma, yang sering mendorong idealisasi untuk meningkatkan *engagement*, tetapi berisiko menimbulkan distorsi identitas jika tidak didukung *self-esteem* dan *self-concept* yang kuat.

¹⁷ Chris Fullwood, Billie May James, and Chao-Hwa Chen-Wilson, "Self-Concept Clarity and Online Self-Presentation in Adolescents," *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 19, no. 12 (2016): 716–20.

H. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada penyusunan karya tulis ilmiah ini, pembahasan diarahkan agar tetap terpusat pada inti permasalahan dan tidak menyimpang ke topik lain di luar lingkup penelitian, maka peneliti merancang sistem penulisan karya tulis ilmiah sebagai berikut ini:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai bagian penting dalam merancang penelitian, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, definisi operasional variabel, serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSAKA

Bab ini peneliti membahas tentang tinjauan teori terkait *self esteem*, *self-concept*, dan intensitas presentasi diri secara *online*, hasil-hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya, landasan teori yang sesuai dan mendukung, serta hipotesis penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Di bab ini peneliti membahas seperti pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran, populasi, sampling, dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, serta tahapan penelitian.

BAB 4 HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti membahas tentang gambaran data (deskripsi data) yang diperoleh, dan pengujian hipotesis terhadap temuan-temuan yang

diperoleh serta dianalisis dan dijabarkan sesuai temuan.

BAB 5 PEMBAHASAN

Bab ini merupakan lanjutan pada bab V dengan membahas hasil temuan di bab sebelumnya dengan memberikan uraian penjelasan serta penguatan atas temuan penelitian.

BAB 6 PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang simpulan dan saran.