

HARGA DIRI DENGAN INTENSITAS SELFIE PADA IBU RUMAH TANGGA

Beti Malia Rahma Hidayati, Uswatun Hasanah

Universitas Agama Islam Tribakti Kediri

tulhidayati@gmail.com patner.psikologi@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article history: Received February 8 ^{mo} , 2021 Revised February 10 ^{we} , 2021 Accepted February 25 th , 2021	<i>The purpose of this study is to examine whether there is a relationship between self-esteem and the intensity of selfies in housewives. The hypothesis proposed is that there is a relationship between Self-Esteem and Selfie Intensity. The sample subjects in this research were 40 housewives in Jombang. The sampling method used in this research is purposive random sampling. Based on the results of Sperman's rho analysis, it was found that the rho index = 0.076 with p value = 0.641 ($p > 0.05$). It shows that there is no correlation between self-esteem and selfie intensity in housewives.</i>
Keyword: Self-Esteem, Selfie Intensity.	Copyright © 2021 Jurnal IDEA. All rights reserved.

Corresponding Author:

UIT

Universitas Islam Tribakti Kediri
Jl. KH. Wachid Hasyim No.62 Kediri
Email: uit-lirboyo.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara harga diri dengan intensitas selfie pada ibu rumah tangga. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas Selfie. Sample dan penelitian ini adalah 40 ibu rumah tangga di Jombang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Random Sampling*. Berdasarkan hasil analisis rho Sperman's didapatkan bahwa indeks rho = 0.076 dengan nilai $p = 0,641$ ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara harga diri dengan intensitas selfie pada ibu rumah tangga.

Kata kunci : Harga Diri, Intensitas Selfie.

Latar Belakang

fenomena selfie sebagai budaya siber tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi yang pesat, seperti gadget atau smartphone yang memiliki teknologi tinggi yang dapat menunjang seseorang untuk memotret dirinya sendiri dengan hasil yang lebih bagus dari pada hasil potret orang lain.

Nasrullah (Najib dkk, 2018) memaparkan beberapa alasan seseorang melakukan selfie. Pertama, karena selfie merupakan wujud dari eksistensi diri; kedua, selfie menandakan bahwa pelakunya adalah pribadi yang terbuka di media social; ketiga, selfie merupakan bentuk narsistik digital. Hal ini didukung oleh karakteristik media digital online yang pada

derajat tertentu dapat membebaskan penggunanya dari identitas keseharian mereka, yang mereka gunakan saat tatap muka secara langsung.

Selfie adalah foto hasil memotret diri sendiri, biasanya dengan *smartphone* atau *webcam*, lalu diunggah ke media sosial (Gibb, dalam Husni, 2019). Jenis media sosial yang biasanya digunakan untuk mengunggah *selfie* seperti *facebook*, dan *Instagram*. Menurut Handayani (Siregar, 2016) Fenomena ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pengguna media sosial yang berlomba-lomba untuk melakukan foto *selfie* dan kemudian mengunggah foto terbaiknya dari mulai bangun tidur hingga tidur lagi.

Hasil survei dari Pew Internet & American Life Project menyebutkan bahwa terdapat 54% pengguna internet mempunyai kebiasaan memposting hasil jepretan foto selfienya ke dalam *facebook*, *instagram*, *path*, *twitter*, dan berbagai jenis media sosial lainnya. Hasil survei tersebut sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Dailysocial, (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat 670.000 ribu foto *selfie* yang diposting pengguna *instagram* di Indonesia, artinya bahwa ada 51.500 foto *selfie* yang terposting setiap harinya.

Seseorang yang gemar melakukan *selfie* biasanya melakukan foto 1 atau 2 kali setiap harinya. Kegemaran seseorang melakukan *selfie* dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu ; kesepian, *attention seeking behavior*, *self centered behavior*, usia, gender, intensitas penggunaan media sosial, *friendliness*, *peer pressure* dan narsisme (Charoensukmongkol, dalam Siregar 2018).

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh kesimpulan bahwa mereka yang gemar melakukan foto *selfie* secara intens merasa terobsesi untuk mendapatkan hasil foto yang bagus dan sesuai dengan keinginannya. Untuk mendapatkan hasil yang bagus, mereka akan melakukannya secara berulang sampai mereka merasa puas dengan hasil foto yang didapatkan. jika perilaku tersebut dilakukan secara terus menerus maka dapat menimbulkan gangguan kepribadian seperti *Obsessive Compulsive Disorder (OCD)* dan *Narsistik*. Veale (Purwanti, 2016) juga mengatakan bahwa sejak munculnya ponsel kamera, dua dari tiga pasiennya menderita *Body Dismorphic Disorder* dan kompulsif *selfie*.

Salah satu gangguan kepribadian yang dapat ditimbulkan oleh seseorang yang gemar melakukan foto *selfie* adalah perilaku *Narsistik*. *Narsistik* sendiri merupakan kecenderungan mencintai diri sendiri. Seseorang yang memiliki perilaku *narsistik* menganggap dirinya lebih istimewa dibandingkan orang lain. Seseorang yang *Narsis* cenderung tidak memikirkan kenyamanan orang lain ketika melakukan foto *selfie*, mereka bisa berfoto dimana saja dan semaunya sendiri tanpa memperdulikan sekitarnya.

Menurut Clarke dkk (Najib dkk, 2018) salah satu factor yang mempengaruhi kecenderungan *Narsistik* adalah Harga diri. Harga diri merupakan salah satu aspek yang dapat menentukan keberhasilan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

Harga diri atau *Self esteem* merupakan salah satu bagian dari kepribadian seseorang yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Coopersmith (Budianti, 2015) *Self esteem* adalah bentuk evaluasi diri dari kelayakan personal yang merupakan proses penilaian dari kinerja, kapasitas dan atribut yang menentukan standar dan nilai personal yang dikembangkan sejak masa anak-anak. Pada awalnya, individu belajar nilai diri mereka dari orang tua, dan kemudian diperkuat oleh orang lain.

Menurut Rosenberg (Srisayekti & Setiady, 2015) ada dua hal yang berperan dalam pembentukan harga Diri individu, yaitu *Reflected Appraisals* dan *Social Comparisons*. setiap individu dapat dengan bebas mengekspresikan suatu sikap setuju atau tidak setuju dan menunjukkan tingkat dimana individu itu menyakini dirinya sendiri untuk merasa mampu, penting, berhasil dan berharga. Semakin tinggi harga dirinya, maka seseorang akan mudah

untuk dapat membentuk kepribadiannya menjadi individu yang selalu berfikir positif. begitupun sebaliknya, jika seseorang memiliki harga diri rendah, ia akan cenderung lebih mudah Putus Asa dan Depresi.

Kecanduan *selfie* adalah sebuah patologi baru yang kerap berhubungan dengan *bullying* dimasa lalu dan *self-esteem* yang rendah. Menurut Houghton (Purwanti, 2016), penelitian yang dilakukan di *Birmingham Business School* dan beberapa penelitian di Inggris lainnya menunjukkan bahwa seseorang yang sering melakukan foto *selfie* lalu meng-upload-nya ke sosial media, memiliki hubungan pertemanan yang renggang, Hubungan mereka tidak cukup erat baik dengan teman, keluarga, maupun di lingkungan tempat ia bekerja.

Dalam suatu pernyataan yang ditulis oleh sebuah artikel dalam Kompasiana.com, *selfie* (*self-portrait*) juga dapat mendekatkan seseorang dengan orang lain. Buktinya adalah seseorang tidak akan mengajak sembarang orang untuk berdempet-dempetan dengannya ketika akan melakukan foto *selfie*, bukan? Inilah salah satu dari dampak positif dari perilaku foto *selfie*. *Smartphone* yang tadinya justru menjauhkan interaksi sosial di dunia nyata (ketika berkumpul malah sibuk dengan *gadget* masing-masing), kini kamera *smartphone* tersebut justru membuat semua orang kembali dekat untuk melakukan foto *selfie* bersama.

Kartono (Husni, 2019) mengatakan bahwa masyarakat modern yang serba kompleks sebagai produk dalam kemajuan teknologi, mekanisme, industrialisasi dan urbanisasi menimbulkan banyak masalah sosial. Fenomena *selfie* ini telah menyebar ke setiap lapisan masyarakat baik pada tingkat umur maupun pendidikan, termasuk pada kalangan ibu rumah tangga.

Berdasarkan hasil survey, salah satu pelaku yang gemar melakukan foto *selfie* secara intens adalah ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga pada rentan usia Dewasa Dini yaitu 21 sampai 40 tahun cenderung gemar memotret diri sendiri kemudian mengunggahnya di media sosial.

Pada awal tahun 2016 ada sebuah berita yang cukup hangat tentang sebuah kasus perceraian yang disebabkan oleh perilaku *selfie* yang dilansir oleh Kompasiana.com, Kasus yang terjadi di Ukraina ini cukup ramai dibicarakan oleh netizen. Karena terlalu sering mengunggah foto *selfie* seksi di media sosial, Alena Politukha digugat cerai oleh suaminya, Alexandr Politukha perempuan 32 tahun itu senang mengunggah sejumlah foto *selfie* dengan pakaian minim melalui media sosial Twitter. Hal itu membuat gerah suaminya. Alena adalah istri dari Alexandr, seorang politikus sekaligus kepala Dewan Distrik Dergachevsky, Kharkiv Oblast, Ukraina. Sebagai tokoh nasional, Alexandr merasa gerah karena dia tidak ingin istrinya menjadi sorotan publik. Alexandr yang juga dikenal sebagai pengusaha dan donatur tentara Ukraina itu bahkan meninggalkan Alena dan anaknya tanpa memberikan tunjangan.

Oleh karena itu, Harga diri yang positif sangat penting dimiliki oleh tiap individu dan khususnya oleh ibu rumah tangga yang memiliki panca tugas sebagai istri, ibu pendidik, ibu pengatur rumah tangga, tenaga kerja, dan anggota dalam organisasi masyarakat.

Salah satu pengaruh dari perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang cukup fenomenal adalah intensitas *selfie*. Di Indonesia khususnya dikalangan ibu rumah tangga, foto *selfie* merupakan hal yang tidak boleh ditinggalkan dalam setiap situasi. Demam *selfie* seakan mengubah kegemaran individu yang saat ini cenderung selalu ingin tampil prima dan percaya diri dihadapan kamera.

Intensitas perilaku foto *selfie* merupakan salah satu trend dikalangan masyarakat yang digunakan sebagai salah satu pengembangan harga diri. Pengguna media sosial mengalami krisis harga diri, Fenomena foto *selfie* yang terjadi dapat membantu dalam meningkatkan kebutuhan harga diri individu.

Pada tahun 2013, fenomena selfie pernah menjadi perbincangan cukup hangat bahkan *Oxford Dictionaries* mempopulerkan selfie sebagai *Word of the year* (Nurdiana, 2018). Foto selfie kini telah menjadi hal yang wajib dilakukan demi menjunjung harga dirinya.

Siring berjalannya waktu, intensitas perilaku selfie memiliki dampak positif dan negative tergantung bagaimana individu tersebut menggunakannya. Menurut Senft & Bym (Najib dkk, 2018) selfie dapat berfungsi baik sebagai praktek kehidupan sehari-hari dan sebagai obyek politisasi wacana tentang bagaimana orang harus mewakili, mendokumentasi, dan berbagi perilaku mereka.

Senft & Bayn juga berpendapat bahwa salah satu dampak negative selfie adalah perilaku narsistik. Narsistik merupakan perilaku yang abnormal karena seseorang yang memiliki gangguan tersebut sering bertindak secara dramatis dan dengan cara yang sangat besar atau berlebihan (*Grandiose manner*), mencari ketakjuban dari orang lain, tetapi memiliki kedangkalan dalam ekspresi emosinya serta dalam menjalin hubungan dengan orang lain (Husni, 2019).

Setiap individu memiliki keinginan yang kuat untuk merealisasikan potensi yang ada pada dirinya, untuk mencapai tingkatan aktualisasi diri. Seperti halnya harga diri seseorang yang merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia yang dapat memberi perasaan bahwa dirinya berhasil, mampu dan berguna sekalipun memiliki kelemahan dan pernah mengalami kegagalan.

Kepuasan akan harga diri akan membentuk perasaan dan sikap percaya diri yang positif, kekuatan, kemampuan dan perasaan berguna baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Sebaliknya, jika pemenuhan kebutuhan harga diri tidak diperoleh atau individu memperoleh rintangan dalam memenuhi kebutuhan yang dapat menyebabkan munculnya perasaan dan sikap inferioritas, canggung, perasaan lemah, dan tidak berdaya.

Fenomena *selfie* atau *selfca* (*self camera*) adalah singkatan dari *self* dan *potrait* dan *self camera*. *Self* artinya sendiri, sedangkan *potrait* adalah mengambil foto, jadi *self potrait* atau lebih dikenal dengan *footprint* yaitu foto yang diambil oleh tangan sendiri tanpa dibantu oleh orang disekitarnya. Biasanya orang yang telah melakukan *selfie* mengunggah gaya foto mereka ke dalam media sosial.

Menurut Caers (Nurdiana, 2018) sebagian besar orang menggunakan media social sebagai platform untuk mengekspresikan berbagai segi identitas dan perilaku mereka. Dimana motivasi utamanya adalah untuk mendapatkan evaluasi, perhatian, serta pengakuan dari orang lain (Stefanone dkk, dalam Nurdiana, 2018). Gaya *Selfie* ada bermacam-macam, ada yang menggunakan tongsis (Tingkat Narsis), yang paling banyak diterapkan adalah *selfie* dengan mengambil foto diri sendiri dengan tangan sendiri. *Selfie* biasanya dipakai untuk mengambil foto dengan pose setengah badan menggunakan kamera *handphone*, khususnya yang memakai HP Android & IOS (Fitriani, Dkk, 2017).

Menurut Losh (Purwanti, 2016) *Selfie* diklaim dan dipopulerkan sebagai kata yang paling banyak dipakai pada tahun 2013 oleh Kamus Bahasa Inggris Oxford. Rutledge (Purwanti, 2016) menjelaskan *selfie* adalah perilaku memotret dirinya sendiri atau *self portrait* yang biasanya dilakukan menggunakan kamera ponsel, dan kemudian diunggah ke media sosial. *Selfie* bisa memunculkan berbagai respon, seperti respon suka atau pun respon tidak suka. Namun, tidak jarang *selfie* mendapatkan pujian dan kekaguman.

Menurut Nasrullah (Najib Dkk, 2018) selfie merupakan sebuah budaya *Syber* yang disepakati dengan perspektif politik, ekonomi, pendidikan, psikologi, bisnis, dan agama. Akan tetapi awal dari timbulnya perilaku foto selfie adalah kehadiran teknologi yang dimana memberikan ruang bagi si pengguna untuk mengakses diri melalui jaringan social, guna mengonstruksikan dirinya sendiri.

Dr Hardey (Harisa, 2017) mengatakan selfie adalah salah satu revolusi bagaimana seorang manusia ingin diakui oleh orang lain dengan sengaja memajang atau memamerkan

foto tersebut ke jejaring social dengan tujuan agar terlihat memiliki nilai lebih dimata orang lain.

Seiring berjalannya waktu selfie memiliki dampak positif dan negative, dampak positif apabila digunakan secara baik dan benar dan biasa bermanfaat untuk orang lain maupun diri sendiri, selain itu selfie juga memiliki dampak negative yaitu perilaku Narsistik, yaitu terlalu berlebihan mengunggah foto diri sendiri ke media social untuk mendapatkan pujian dan pengakuan dari orang lain (Najib Dkk, 2018).

aspek-aspek yang membentuk perilaku intensitas posting selfie menurut Bario (Siregar, 2018) yaitu :

- a. Perhatian, Perhatian merupakan ketertarikan individu terhadap aktifitas posting selfie yang sesuai dengan minatnya dan akan jauh lebih kuat dan intensif dibandingkan dengan aktifitas lainnya yang tidak menimbulkan minat tertentu. Individu yang memiliki perhatian khusus pada foto dan bentuk tubuh maka orang tersebut dapat menikmati aktifitas saat melakukan posting selfie.
- b. Penghayatan, Penghayatan yaitu pemahaman dan penyerapan terhadap aktivitas posting selfie dimana terdapat usaha individu untuk memahami, menikmati, menghayati dan menyimpan informasi tentang aktifitas posting selfie maupun pengalaman selfie yang didapat di media social. Individu suka meniru, mempraktikkan bahkan terpengaruh aktivitas *selfie* yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.
- c. Durasi, Durasi yaitu lamanya selang waktu, rentang waktu atau lamanya aktivitas posting selfie berlangsung. Seringkali ketika melakukan aktivitas *selfie* dan mempostingnya seseorang menjadi tidak sadar waktu karena terlalu menikmatinya. Kategori kriteria pengukuran durasi *posting selfie* dalam penelitian ini mengadopsi dari kriteria pengukuran yang digunakan oleh Judith (2011) yaitu:
 - a. Tinggi : ≥ 3 jam/hari
 - b. Rendah : 1-3 jam/hari
- d. Frekuensi, Frekuensi yaitu banyaknya pengulangan perilaku posting selfie yang dilakukan berulang-ulang baik disengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi *posting selfie* merujuk pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau dengan waktu. Seringkali karena begitu menikmati aktivitas *selfie* dan mempostingnya ke media sosial maka membuat seseorang cenderung tidak bisa lepas dari *smartphonenya* sehingga berulang-ulang kali melakukan perilaku tersebut. Kategori pengukuran frekuensi *posting selfie* dalam penelitian ini mengadopsi dari kriteria pengukuran yang digunakan oleh Judith (2011) yaitu:
 - a. Tinggi : ≥ 4 kali/hari
 - b. Rendah : 1-4 kali/hari

faktor yang mempengaruhi perilaku *selfie* menurut Charoensukmongkol (Nurdiana, 2018) antara lain :

1. Narsisme

Individu yang narsis pada dasarnya sangat memperhatikan bagaimana penampilan fisiknya, terutama jika diranah publik. Mereka berupaya berdandan seindah dan semaksimal mungkin agar dapat memprovokasi perhatian orang lain menjadi terpusat pada dirinya.

2. Attention-seeking behavior (perilaku mencari perhatian)

Berhubungan dengan sifat narsis, individu pencari perhatian ini selalu termotivasi untuk mendapatkan perhatian serta kekaguman dari orang lain atas dirinya. Mereka cenderung menyukai *selfie* dan mempostingnya pada situs jejaring sosialnya demi mendapatkan *feedback* atau umpan balik dari orang lain.

3. Self-centered behavior (perilaku egois)

Individu dengan perilaku egois cenderung hanya peduli tentang dirinya sendiri dan segala sesuatunya hanya terpusat pada dirinya. Kurangnya rasa empati terhadap orang lain sehingga ia cenderung hanya berpikir untuk memenuhi keinginannya sendiri. Tindakan *selfie*-nya

digunakan semata-mata untuk membuat orang peduli terhadap penampilannya difoto tanpa mempertimbangkan orang lain sekitarnya.

4. Kesepian

Membagikan foto ke publik melalui jejaring sosial dengan tujuan mendapatkan umpan balik dari orang lain, memungkinkan individu secara sosial merasa terhubung dengan orang lain. Hal ini dinilai dapat mengurasi rasa kesepian yang ada dalam diri seseorang.

5. Usia

Selfie cenderung lebih populer dikalangan remaja dari pada orang dewasa.

6. Gender

Dalam beberapa kasus disebutkan bahwa perempuan cenderung lebih banyak melakukan *selfie* dibandingkan laki-laki.

7. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Alasan seseorang melakukan *selfie* adalah untuk kemudian diposting ke jejaring sosial. Sehingga intensitas penggunaan situs jejaring sosial juga menjadi alasan yang mempengaruhi perilaku *selfie*.

8. Friendliness (keramahan)

Orang yang ramah dan suka mengembangkan hubungan sosial dengan orang lain cenderung mempunyai banyak koneksi di situs jejaring sosialnya. Hal ini yang kemudian memotivasi seseorang untuk memiliki *selfie* yang lebih dari yang lain.

9. Peer Pressure

Individu-individu dalam kelompok sebaya biasanya ditandai dengan tingginya tingkat derajat sosial dan secara sadar atau tidak pasti terdapat persaingan antar anggota didalamnya. Aktivitas *selfie* dimaksudkan untuk membuat dirinya terlihat lebih luar biasa dibandingkan teman-teman yang lain.

Pengertian Harga Diri Menurut Mruk (Puspitasari, 2015) Harga diri merupakan kompetensi dalam bidang yang penting bagi seorang individu bergantung pada sejarah perkembangannya atau karakteristik kepribadian, nilai nilai, dan sebagainya.

Menurut Coopersmith (Rudi, 2017) harga diri didefinisikan sebagai evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan individu dalam memandang dirinya dalam mengekspresikan sikap menerima atau menolak, juga mengindikasikan besarnya kepercayaan individu terhadap kemampuannya, keberartiannya, kesuksesan dan keberhargaan. Secara singkat, harga diri adalah penilaian pribadi yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri.

Wells dan Marwell (Pristinella & Vienlentina, 2018) menyebutkan empat tipe pengertian Self esteem yaitu, pertama self esteem dipandang sebagai sikap yang menunjuk pada suatu obyek tertentu yang melibatkan reaksi kognitif, emosi, dan perilaku baik positif maupun negative. Kedua, Self esteem dipandang sebagai perbandingan antara *ideal self* dan *real self*, seseorang akan memiliki self esteem tinggi jika *real self* mendekati *ideal self* nya, begitupun sebaliknya. Ketiga, self esteem dianggap sebagai respon psikologis seseorang terhadap dirinya sendiri lebih dari sekedar sikap. Keempat, self esteem juga dianggap sebagai komponen dari kepribadian atau self esteem seseorang.

Menurut Atwater (Purwanti, 2016) Harga diri adalah bagaimana perasaan seseorang terhadap dirinya sendiri, sejauh mana seseorang menghargai dan menilai dirinya sendiri. Menurut Rosenberg (Srisayekti dkk, 2015) dua hal yang memiliki peran penting dalam membentuk harga diri seseorang, yakni *Social Comparisons* dan *Reflected Appraisals*.

Menurut Baron & Byrne (Budianti, 2015) Harga diri sering kali diukur sebagai sebuah peringkat dalam dimensi yang berkisar dari negatif sampai positif atau rendah sampai tinggi. Sebuah pendekatan yang berbeda adalah dengan meminta individu untuk mengindikasikan *self-ideal* mereka seperti apa, *self* mereka yang sebenarnya, dan kemudian membandingkan perbedaan diantara keduanya. Semakin besar perbedaan *real self* dengan *ideal self* maka semakin rendah harga diri.

Harga diri dipandang sebagai salah satu aspek penting dalam pembentukan kepribadian seseorang. Seseorang yang tidak dapat menghargai dirinya sendiri, maka akan sulit baginya

untuk menghargai orang-orang disekitarnya. Harga diri merupakan salah satu element penting dalam pembentukan konsep diri seseorang yang dapat berdampak luas pada perilaku dan sikapnya (Srisayekti dkk, 2015).

Coopersmith mengemukakan ada empat aspek yang terkandung dalam harga diri yaitu:

Power (kekuasaan)

Dalam arti kemampuan untuk bisa mengatur dan mengontrol tingkah laku orang lain. Kemampuan ini ditandai dengan adanya pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain dan besarnya sumbangan dari pikiran atau pendapat dan kebenarannya.

Significance (keberartian)

Yaitu adanya kepedulian, perhatian dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan minat dari orang lain dan pertanda penerimaan dan popularitasnya. Keadaan tersebut ditandai dengan kehangatan, keikutsertaan, perhatian dan kesukaan orang lain terhadapnya.

Virtue (kebajikan)

Yaitu ketaatan atau mengikuti standar moral dan etika. Ditandai dengan ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang diperolehnya atau diharuskan oleh moral, etika dan agama.

Competence (kemampuan)

yaitu arti sukses menuruti tuntutan prestasi. Dilandasi dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam-macam tugas dengan baik dan level yang tinggi dan usia yang berbeda. (www.universitaspikologi.com).

Harga Diri (Self-Esteem) merupakan salah satu elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang, dan akan berdampak luas pada sikap dan perilakunya. Mereka yang memiliki harga diri rendah diduga memiliki kecenderungan menjadi rentan terhadap depresi, penggunaan narkoba, dan dekat dengan kekerasan. Baumeister dkk (Srisayekti dkk, 2015) berpendapat bahwa harga diri yang tinggi membantu meningkatkan inisiatif, resiliensi dan perasaan puas pada diri seseorang.

Menurut McKay (Wibowo & Silaen, 2018) bahwa harga diri sangat penting untuk kelangsungan hidup psikologis. Tanpa harga diri hidup menjadi sangat emosional dan menyakitkan dengan banyak kebutuhan dasar yang tidak terpenuhi.

Menurut Coopersmith (Widodo & Pratitis, 2013) Harga diri didefinisikan sebagai penilaian pribadi yang dilakukan individu mengenai perasaan berharga atau berarti dalam sikap-sikap individu terhadap dirinya. Harga diri merupakan salah satu element penting bagi pembentukan kepribadian seseorang yang memiliki dampak luas pada sikap dan perilakunya.

Menurut Fausing (Puspitasari, 2015) selfie adalah bentuk pemikiran yang membedakan diri sendiri dengan orang lain dalam rangka mencari pengenalan unik mengenai diri sendiri. Selfie terfokus pada pengambilan foto wajah yang merupakan area untuk menunjukkan diri. Dari sana kita dapat melihat semua fitur yang memberitahu tentang usia, etnis, jenis kelamin, suasana hati, penampilan dan lain sebagainya.

Seseorang yang melakukan intensitas selfie yang cenderung tinggi akan berdampak memiliki sikap narsistik, yaitu terlalu berlebihan melakukan foto selfie mengunggah foto dirinya sendiri ke media social dengan tujuan mendapatkan pujian dan menunjukkan eksistensi diri kepada orang lain (Oktavia & Sudaryanto, 2018).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Baumeister Dkk (Najib dkk, 2017) bahwa individu yang narsistik memiliki harga diri yang tinggi, namun penelitian lain mengenai narsistik dengan harga diri yang dilakukan oleh Barry dkk menemukan bahwa interaksi antara narsisme yang tinggi berkaitan dengan harga diri yang rendah.

Tokoh lain seperti Baron & Byrne (Budianti, 2015) juga menyebutkan bahwa konsep diri, termasuk harga diri, merupakan aspek yang sangat penting dalam berfungsinya manusia, hal ini karena manusia memang sangat memperhatikan berbagai hal tentang diri, termasuk siapa dirinya, seberapa positif atau negatif seorang individu memandang dirinya, bagaimana citra yang ditampilkan pada orang lain.

Metode

Metode penelitian ini adalah jenis penelitian korelasi, mencari signifikansi korelasi antara satu variabel bebas yaitu Harga Diri dengan satu variabel terikat yaitu Intensitas *Selfie* maka model analisis statistik yang tepat untuk penelitian ini adalah Analisis Korelasi Product Moment.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan ciri-ciri atau sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat yang ada di populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dalam penelitian ini sampel yang diambil memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bertempat tinggal di kabupaten Jombang Jawa Timur
2. Wanita berstatus *Ibu Rumah Tangga*
3. memiliki telepon seluler (HP) yang bisa digunakan untuk foto *selfie*

Dengan karakteristik tersebut maka, sampel yang diperoleh berjumlah 40 Ibu rumah tangga.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hubungan antara harga diri dengan intensitas *selfie*, sehingga variabel yang terkait dalam penelitian ini meliputi variabel-variabel sebagai berikut:

Variabel bebas : Harga Diri (X)

Variabel terikat : Intensitas *Selfie* (Y)

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu, dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala untuk mengungkapkan Intensitas *Selfie* dan skala untuk mengungkapkan Harga diri.

Penyusunan skala Intensitas *Selfie* telah disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek yang membentuk intensitas posting *selfie* menurut Barrio (Siregar, 2018):

Tabel 1

Blue Print Skala intensitas selfie

Aspek	Nomor-nomor butir		Jumlah
	Fav	Unf	
Perhatian (fokus)	1, 3, 10, 15, 20, 26, 30, 38, 44, 49, 53, 55, 59	5, 7, 13, 18, 23, 28, 32, 35, 41, 47, 51, 54, 57	25
Penghayatan	17, 22, 40, 42, 52, 54	9, 12, 25, 45, 58	11
Durasi (lama)	6, 14, 19, 33, 56	4, 16, 27, 31, 37, 48	11
Frekuensi (sering)	8, 11, 24, 36, 46, 50	2, 21, 29, 34, 39, 43, 60	13
Jumlah	29	31	60

Skala Intensitas *Selfie* disusun dalam bentuk skala likert, kontinum respon sangat sering, sering, kadang-kadang, jarang, dan tidak pernah. Pada pernyataan positif di beri skor 4, 3, 2, 1, 0 sedangkan pernyataan negatif diberi skor 0, 1, 2, 3, 4. Petunjuk skoring Intensitas *Selfie* dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Skoring Skala Intensitas *Selfie*

No	Kontinum Respon	Skoring	
		Fav	Unf
1	Sangat Setuju	4	0
2	Setuju	3	1
3	Kurang Setuju	2	2
4	Tidak	1	3
5	Tidak Pernah	0	4

Penyusunan skala Harga Diri disusun oleh peneliti dengan menggunakan aspek-aspek Harga diri yang berdasarkan dari beberapa pendapat menurut Coopersmith yaitu:

Tabel 3
Blue Print Skala Harga Diri

Aspek	Nomor nomor butir		jum
	Fav	Unf	
Power (kekuasaan)	4, 12, 20, 28, 36, 44, 52	8, 16, 24, 26, 32, 40, 48, 56, 58, 60	17
Significance (keberartian)	1, 9, 17, 25, 33, 41, 49	5, 13, 21, 29, 37, 45, 53, 50	15
Virtue n(kebajikan)	6, 14, 22, 30, 38, 46, 55	2, 10, 18, 34, 42, 51, 57, 59	15
Competence (kemampuan)	3, 11, 19, 27, 54	7, 15, 23, 31, 35, 39, 43, 47	13
Jumlah	26	35	60

Skala Harga Diri disusun dalam bentuk skala likert, kontinum respon sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan positif di beri skor 4, 3, 2, 1, 0 sedangkan pernyataan negatif diberi skor 0, 1, 2, 3, 4. Petunjuk skoring Harga Diri dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4

No	Kontinum Respon	Skoring	
		Fav	Unf
1	Sangat setuju (SS)	4	0
2	Setuju (S)	3	1
3	Kurang Setuju (KS)	2	2
4	Tidak setuju (TS)	1	3
5	Sangat tidak setuju (STS)	0	4

Analisis Statistik Parametrik memiliki persyaratan yang harus terpenuhi yaitu harus berdistribusi normal jika data tidak berdistribusi normal maka metode yang di gunakan adalah statistik non parametrik.

Berikut hasil Penghitungan statistik penelitian ini menggunakan computer dengan *Statistical package for the social sciences (SPSS)*:

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data gejala variable tergantung berdistribusi normal atau tidak, berikut hasil uji normalitas sebaran: Intensitas *Selfie* diperoleh kolomogor – smirnov = 0,3895 dengan sig, atau p : 0,067 ($p > 0,05$) berarti sebaran data gejala variable Intensitas *Selfie* mengikuti distribusi kurve normal.

Uji Linieritas untuk mengetahui linieritas hubungan antara variable Harga Diri dengan Intensitas *Selfie*. Hasil Uji Linieritas hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas *Selfie* diperoleh dari *deviation from linierity* $F = 3,895$ dengan sig. atau p : 0,067 ($p > 0,05$) berarti hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas *Selfie* adalah linier atau garis lurus.

Karena semua asumsi terpenuhi maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan analisis korelasi *Product Momet* dari Karl Pearson. Penghitungan menggunakan computer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas *Selfie* pada ibu rumah tangga. Berikut ini adalah data deskripsi masing-masing variabel yang diperoleh dari lapangan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan pula hasil analisa deskriptif. Hasil tersebut akan dipasangkan pada tabel 10 dan 11, sebagai berikut:

Tabel 5
Data DeskripAtif Skala Intensitas Selfie

Batas nilai	Kategori	F	%
> 141	Sangat Tinggi	0	0 %
110 - 140	Tinggi	2	5,00 %
78 - 109	Cukup	8	20,00 %
48 - 77	Rendah	18	45,00 %
< 47	Sangat Rendah	12	30,00 %
Jumlah		40	100,00%

Tabel diatas menyajikan data tentang deskripsi nilai skala Intensitas *Selfie*, dapat dilihat bahwa kategori Intensitas *Selfie* sebagian besar subjek penelitian berada dalam kategori rendah yaitu 45 %. Selanjutnya subjek dengan kategori sangat tinggi sejumlah 0 %, Sedangkan kategori tinggi sejumlah 5.%, kategori cukup sebesar 20.%, dan kategori sangat rendah sejumlah 30 %.

Tabel 6
Data Deskriptif Skala harga diri

Batas nilai	Kategori	F	%
>135	Sangat Tinggi	16	40,00 %
105 -135	Tinggi	13	32,50 %
75 – 105	Cukup	8	20,00 %
45- 75	Rendah	3	7,50 %
< 45	Sangat Rendah	0	0 %
Jumlah		40	100%

Tabel diatas menyajikan data tentang deskripsi nilai skala Harga Diri, dapat dilihat bahwa kategori Harga Diri sebagian besar subjek penelitian berada dalam kategori Sangat tinggi yaitu 40 % . Selanjutnya subjek dengan kategori tinggi sejumlah 32,5%, Sedangkan kategori kategori cukup sejumlah 20% dan kategori rendah 7,5 %. Dari hasil penelitian tidak didapatkan subjek dengan Harga Diri yang berada pada kategori sangat rendah.

Tabel 7
Hasil Analisis Korelasi Product Moment

		harga diri	Int selfie
harga diri	Pearson Correlation	1	.076
	Sig. (2-tailed)		.641
	N	40	40
int selfie	Pearson Correlation	.076	1
	Sig. (2-tailed)	.641	
	N	40	40

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi antara Harga Diri (X) dengan Intensitas Selfie (Y) ibu rumah tangga sebesar $r_{xy} = 0,076$ dan sig. atau $p = 0,641$ ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Artinya tidak ada korelasi antara Harga Diri dengan Intensitas Selfie.

Dari hasil analisis korelasi product moment didapatkan bahwa koefisien korelasi antara Harga Diri (X) dengan Intensitas Selfie (Y) ibu rumah tangga sebesar $r_{xy} = 0,076$ dan sig. atau $p = 0,641$ ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Artinya tidak ada korelasi antara Harga Diri dengan Intensitas Selfie.

Dari hasil penelitian diatas dijelaskan bahwa harga diri tidak memiliki keterkaitan dengan intensitas foto selfie. Selfie merupakan sebuah trend dalam masyarakat. Dalam lingkungan sosial sangat berat bagi ibu rumah tangga karena adanya anggapan-anggapan dari lingkungan yang sering memojokkan seseorang ketika ia tidak mengikuti selfie. Terlebih lagi di saat-saat lingkungan tidak berpihak, terkadang seorang ibu takut jika hal tersebut dapat mempengaruhi pandangan orang lain terhadap dirinya.

Baumeister & Leary (tanatoa, 2018) mengemukakan bahwa harga diri adalah evaluasi individu terhadap dirinya yang berkaitan dengan kebutuhan untuk dihargai dan diterima di lingkungan sosial. Harga diri merupakan salah satu aspek terpenting dalam pembentukan kepripadian yang stabil. Seseorang yang mampu mengendalikan Harga Dirinya dengan baik akan mendapatkan dampak positif bagi kesehatan fisik, tingkah laku, serta hubungan sosial.

Harga Diri yang positif Individu akan membuat seseorang akan menerima dan menghargai dirinya sendiri sebagaimana adanya, serta tidak cepat menyalahkan dirinya atas kekurangan dan ketidaksempurnaan dirinya, ia selalu merasa puas dan bangga dengan diri sendiri serta

selalu percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan. Individu yang memiliki harga diri yang negatif akan merasa dirinya tidak berguna, tidak berharga dan selalu menyalahkan dirinya atas ketidaksempurnaan dirinya yang cenderung tidak percaya diri dalam melakukan setiap tugas dan tidak yakin dengan ide-ide yang muncul dari dirinya dan yang dimiliki (Purwanti, 2016).

Nasrullah (Tanatoa, 2018) mengemukakan bahwa individu yang memiliki minat swafoto bukan berarti memiliki harga diri rendah tetapi sebagai bagian dari eksistensi diri. Menurut Rumaisa Dkk, (Nurdiana, 2018) Ketertarikan seseorang akan hal tertentu tidak akan muncul tiba-tiba dengan sendirinya. Minat dalam ber-selfie pada seseorang akan timbul melalui proses, seperti adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungannya, sampai pada akhirnya minat tersebut terus berkembang. Karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi ketertarikan seseorang akan aktifitas tertentu, tidak hanya karena faktor dari dalam atau yang bisa kita sebut sebagai pembawaan, tapi juga adanya faktor dari luar seperti halnya keluarga, masyarakat, lingkup pertemanan, dan lingkungan sekitar lainnya.

Menurut Simatupang (2015) *Selfie* muncul sebagai bentuk kekaguman diri sendiri atas perhatian orang lain yang diakibatkan dari banyaknya *like* atau komentar positif yang didapatkan foto tersebut. Pearlman (Siregar, 2018) juga mengatakan bahwa *selfie* merupakan gejala yang ditimbulkan oleh adanya media sosial. Hal ini berarti bahwa *memposting* foto *selfie* merupakan suatu aktivitas yang berguna untuk mempromosikan diri kepada khalayak ramai di dalam media sosial.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap intensitas *selfie* adalah motivasi, Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Biolcati & Passini yang menemukan bahwa motivasi seseorang dalam melakukan Intensitas *selfie* berkorelasi positif dengan frekuensi intensitas *selfie*, yang artinya semakin tinggi motivasi Seseorang dalam intensitas *selfie* maka semakin besar pula frekuensi seseorang dalam melakukan Intensitas *selfie*.

Hardey (Tanatoa, 2018) menjelaskan bahwa memamerkan foto adalah karena individu ingin terlihat bernilai dan akan semakin merasa lebih baik jika mendapatkan komentar positif dari orang lain.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, menunjukkan bahwa tinggi rendahnya Intensitas *Selfie* tidak dipengaruhi oleh Harga Diri. Hal tersebut dapat terjadi karena seseorang yang memiliki harga diri yang rendah cenderung lebih menyukai intensitas *selfie*. Individu dengan harga diri rendah akan merasa lebih baik dengan apa yang ditampilkan di swafoto dan media sosial karena akan membantu mengubah kesan dirinya yang negatif dan membantu meningkatkan kesan baik seperti penerimaan diri, perasaan kasih sayang terhadap diri sendiri dan penghargaan diri.

Tidak terbuktinya hipotesis penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu Tanatoa (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara minat swafoto (*selfie*) dengan harga diri pada remaja akhir. Penelitian ini dilakukan pada 200 orang remaja akhir berusia 18 – 21 tahun dengan hasil $0,578 > 0,05$.

kelemahan dari proses penelitian ini adalah pada saat melakukan penelitian banyak responden yang mengisi skala tanpa memperhatikan dengan baik karakteristik penelitian. Selain itu, Penelitian hanya berfokus pada skala penelitian yang dibagikan, tidak terdapat waktu antara peneliti dan responden untuk melakukan wawancara singkat yang bisa digunakan sebagai data tambahan untuk penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan penulis maka dapat disimpulkan bahwa, tidak ada hubungan yang signifikan antara Harga Diri

dengan Intensitas Selfie pada ibu rumah tangga. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak. artinya tidak ada korelasi antara Harga Diri dengan Intensitas Selfie. Hasil analisis menunjukkan bahwa minat intensitas selfie pada subjek terletak pada kategori rendah dengan harga diri pada kategori sangat tinggi.

Saran

Saran bagi ibu rumah tangga diharapkan kepada ibu rumah tangga terutama yang berada di wilayah kabupaten jombang untuk membangun dan meningkatkan harga diri yang positif, serta mengingat pentingnya peranan harga diri dalam kehidupan tiap individu. banyak hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan harga diri diantaranya dengan bersosialisasi, Selain itu diharapkan untuk lebih bijak lagi dalam menggunakan gadget dan social media terutama dalam hal melakukan foto selfie agar tidak berlebihan.

Saran bagi peneliti berikutnya hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan atau referensi baru bagi peneliti-peneliti selanjutnya untuk lebih spesifik dan detail lagi dalam melakukan penelitian seperti mempertimbangkan pengaruh lain seperti citra diri atau konsep diri.

Referensi

- Alwisol, (2016). *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang
- Budianti, A. K. (2015). *Hubungan Antara Keharmonisan Keluarga Dengan Harga Diri Pada Remaja*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fitriani, Rustan, A. S. , Zulfah, (2017). *Pengaruh Foto Selfie Terhadap Konsep Diri (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI STAIN PAREPARE)*. Jurnal Komunida : Media Komunikasi dan Dakwah_ Vol 7 No 2
- Harisa, S. A. (2017). *Behavior Of Taking The Emergence Of Trend In Modern Life Style*. Jurnal JOMFISIP Vol. 4 No. 1,
- Husni, M. (2019). *Selfie Gangguan Kepribadian Narsistik*. Jurnal Tinta, Vol. 1 No. 1 Hal. 105 – 116,
- Kompas.com, 1 januari 2018, Judul Artikel : *Perilaku Selfie Berlebihan Kini Dikategorikan Sebagai Kelainan Mental*", diakses pada 5 november 2019, <https://tekno.kompas.com/read/2018/01/01/10190007/perilaku-selfie-berlebihan-kini-dikategorikan-sebagai-kelainan-mental>
- Kompasiana.com, 2 februari 2016, Judul Artikel : *Selfie Bisa Saja Merusak Keharmonisan Keluarga Anda*, diakses Pada Tanggal 3 November 2019, <https://www.kompasiana.com/pakcah/56aff5dede22bdd007206fd4/selfie-bisasaja-merusak-keharmonisan-keluarga-anda?page=all>
- Kompasiana.com, 5 maret 2014, Judul Artikel : *Memotret Fenomena Selfie*, Diakses Pada Tanggal 3 November 2019, <https://www.kompasiana.com/pemirsa/54f835a9a33311cf5d8b487f/memotret-fenomena-selfie>

- Ikhsan, R. Pranata, L. (2018). *Motif Selfie di Kalangan Mahasiswa*. SOSIOLOGIGLOBAL : Jurnal psikologi dan penelitian sosiologi, Vol. 2 No.2,
- Merdeka.com, 29 November 2015, Artikel *Selfie ternyata bisa buat pernikahan tidak bahagia*, Diakses pada tanggal 3 November 2019. <https://www.merdeka.com/gaya/selfie-ternyata-bisa-buat-pernikahan-tidak-bahagia.html>
- Najib, M.A. , Sugianto, A. Erawati, E. (2018). *Swafoto Narsistik dan Harga Diri Remaja*. Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental, Vol. 2 Hal 103 – 110,
- Nurdiana. R. Y.W.. (2018). *Hubungan Narsisme Dan Perilaku Selfie (Self- PotraitSharing)Pada Mahasiswa*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Oktavia, D.A.R. , Sudaryanto, E. (2018). *Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Dalam Akun instagram (Study Deskriptif Kualitatif Penggunaan Foto Swafoto Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri (Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. Jurnal REPRESENTAMEN Vol 4, No 01
- Pristinella. D , Vienlentie. R. (2018). *Hubungan Antara Self Esteem Dengan Tingkat Depresi Pada Ibu Yang Memiliki Anak Down Syndrome*. Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA, Vol. 7, No 1 Hal 16 – 25
- Purwanti. J. (2016). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Selfie Pada Remaja*. Skripsi. Universitas Medan Area.
- Puspitasari, M. (2015). *Pengaruh Harga Diri, Hubungan Romantis, dan Pengambilan Risiko terhadap Perilaku Selfie yang Narsistik*. Jurnal UINJKT academia edu,
- Rudi, (2017). *Study Tentang Siswa Yang Memiliki Sikap Narsisme Dan Penanganannya Melalui Latihan Bertanggung Jawab Dalam Konseling Gestal*. Jurnal Konseling Andi Matappa Vol. 1 No. 2,
- Simatupang, F.F. (2015). *Fenomena Selfie (Self Potrait) di Instagram (Studi Fenomenologi pada Remaja di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru)*. Jurnal JOM FISIP Vol. 2 No. 1
- Siregar, F. M. (2018). *Hubungan Narsisme dan Intensitas Posting Selfie Pada Remaja Pengguna Instagram*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Srisayeksti, W. , Setiady, D.A , Sanitioso, R.B. (2015), *Harga Diri (self Esteem) terancam dan perilaku menghindar*. Jurnal Psikologi Vol. 42 No. 2 Hal 141 156
- Tanatoa, S. P. (2018). *Hubungan minat swafoto dengan harga diri pengguna media social pada remaja akhir*, Skripsi. Universitas negeri Makassar.
- Universitas Psikologi, 26 september 2018, Judul Artikel *Harga Diri: Pengertian, Aspek aspek, Faktor-faktor, Ciri-ciri, Komponen, Proses Terbentuk, Langkah Meningkatkan Harga Diri*. Diakses pada tanggal 3 Agustus 2019.(Warning! Copyright 2018 by Universitas Psikologi) <https://www.universitaspsikologi.com/2018/09/harga-diri-pengertian-aspek-aspek.html>

Widodo. A.S. , Pratitis, N.T. (2013). *Harga Diri dan Interaksi Sosial ditinjau dari status ekonomi orang tua*. PERSONA: jurnal psikologi Indonesia, Vol. 2, No. 2 Hal 131 – 138,