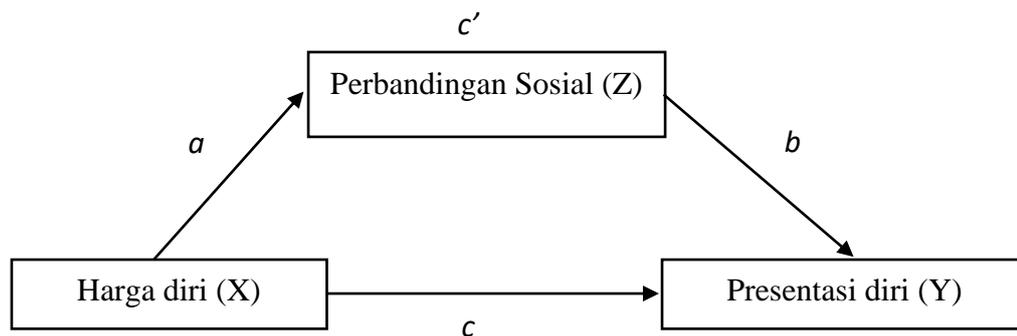


BAB III METODE PENELITIAN

Bagian metode penelitian menjelaskan tentang desain penelitian yang dipakai oleh peneliti, partisipan, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen, teknik pengumpulan dan teknik analisis data.

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Untuk menguji hipotesis utama, penelitian ini menggunakan model penelitian mediasi untuk mengetahui apakah terdapat peranan variabel perbandingan sosial (Z) sebagai variabel mediasi antara pengaruh variabel harga diri (X) terhadap presentasi diri (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah harga diri (X) dan variabel dependen adalah presentasi diri (Y).



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

B. Populasi, Sampel, dan Responden Penelitian

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan individu *emerging adulthood* dengan rentang usia 18-25 tahun yang berdomisili di Kota Bandung dan pengguna aktif *Instagram*.

2. Sampel dan Responden Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah individu *emerging adulthood* yang berada pada rentang usia 18-25 tahun di Kota Bandung yang aktif menggunakan media sosial *Instagram*. Teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Cara peneliti mengumpulkan responden adalah dengan meminta individu yang secara kebetulan ditemui secara *online* untuk mengisi kuesioner penelitian. Peneliti menemukan responden secara kebetulan melalui *Instagram*, *X*, dan *WhatsApp*. Adapun beberapa kriteria responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. individu dengan rentang usia 18-25 tahun,
- b. aktif menggunakan media sosial *Instagram*, dan
- c. berdomisili di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan penentuan jumlah sampel dengan mengacu pada tabel Fowler yang terdapat dalam buku (Creswell, 2012). Berdasarkan tabel Fowler, peneliti menggunakan proporsi jawaban 50/50 dengan tingkat kesalahan 6%, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 300 orang.

Tabel 3. 1 Tabel Fowler

<i>Table Fowler's: Sample Size Table</i>					
Sampel Size	<i>Percentage of Sample with Characteristic</i>				
	5/95	10/90	20/80	30/70	50/50
100	4	6	8	9	10
200	3	4	6	6	7
300	3	3	5	5	6
500	2	3	4	4	4

Dalam pengumpulan data, total jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 467 orang. Namun setelah dianalisis menggunakan aplikasi *winstep*, terdapat *misfit person* yang ditemukan dari analisis *person* 106 dari 467 respons dibuang, sehingga total keseluruhan dalam penelitian ini adalah 361 responden. Berikut ini data sosiodemografi berdasarkan jenis kelamin, usia, status, dan jumlah rata-rata waktu mengakses media sosial *Instagram* dari 361 responden.

Tabel 3. 2 Gambaran Umum Sociodemografi Responden

Sociodemografi	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	93	25.8%
	Perempuan	268	74.2%
Usia	18 tahun	24	6.6%
	19 tahun	54	15%
	20 tahun	48	13.3%
	21 tahun	75	20.8%
	22 tahun	83	23%
	23 tahun	40	11.1%
	24 tahun	11	3%
	25 tahun	26	7.2%
Status	Bekerja	63	17.5%
	Kuliah	269	74.5%
	Lainnya	29	8%
Jumlah Waktu Mengakses Instagram	< 1 jam/hari	32	8.9%
	1 – 3 jam/hari	154	42.7%
	4 – 6 jam/hari	126	34.9%
	> 6 jam/hari	49	13.6%
Total		361	100%

Tabel 3.2 menunjukkan gambaran sociodemografi dari 361 responden. Sociodemografi yang ada pada penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, status, dan jumlah rata-rata waktu mengakses media sosial *Instagram* responden. Jumlah responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki dengan perbandingan perempuan berjumlah 268 orang (74.2%) sementara laki-laki berjumlah 93 orang (25.8%). Jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini berusia 22 tahun dengan jumlah responden sebanyak 83 orang (23%), sementara jumlah responden paling sedikit berada pada usia 24 tahun yaitu 11 orang (3%). Berikutnya, jumlah responden dengan status kuliah lebih banyak yaitu sebanyak 269 orang (74.5%), sementara jumlah responden paling sedikit terdapat pada status lainnya yaitu sebanyak 29 orang (8%). Status lainnya yang dimaksud seperti *fresh graduate*, sedang mencari pekerjaan, sedang mengikuti studi bahasa asing, dan tidak bekerja. Kemudian, responden yang memiliki jumlah rata-rata mengakses media sosial *Instagram* dalam sehari yang paling banyak adalah 1-3 jam/hari dengan jumlah sebanyak 154 orang (42.7%), diikuti dengan mengakses media sosial *Instagram* 4-6 jam/hari dalam sehari dengan jumlah sebanyak 126 orang (34.9%), kemudian mengakses media sosial *Instagram* dalam sehari > 6 jam/hari dengan jumlah sebanyak 49 orang (13.6%),

dan terakhir responden paling sedikit mengakses media sosial *Instagram* adalah < 1 jam/hari dalam sehari adalah 32 orang (8.9%).

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

a. Variabel X

Variabel X dalam penelitian ini adalah harga diri. Harga diri merupakan cara individu melihat dan menilai dirinya sendiri, baik pandangan positif atau negatif (Rosenberg, 1965).

b. Variabel Y

Variabel Y dalam penelitian ini adalah presentasi diri. Presentasi diri merupakan upaya dalam mengelola kesan dan mengontrol citra yang ditampilkan kepada orang lain untuk mencapai suatu tujuan (Lee et al., 1999).

c. Variabel Z

Variabel Z dalam penelitian ini adalah perbandingan sosial. Perbandingan sosial adalah perilaku individu dalam membandingkan pencapaian, situasi, dan pengalaman orang lain dengan dirinya sendiri (Gibbons & Buunk, 1999).

2. Definisi Operasional

a. Harga diri

Harga diri adalah pandangan dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara keseluruhan, baik secara positif maupun negatif, sehingga individu yang memandang dirinya secara positif memiliki harga diri yang tinggi, sebaliknya individu yang memandang dirinya secara negatif memiliki harga diri yang rendah.

b. Presentasi diri

Presentasi diri merupakan usaha yang dilakukan individu untuk menampilkan kesan tertentu kepada orang lain, secara langsung maupun tidak langsung seperti di media sosial, dengan tujuan untuk mendapatkan citra diri yang diinginkan dan diharapkan.

c. Perbandingan sosial

Perbandingan sosial adalah kondisi ketika individu menggunakan orang lain untuk dibandingkan sebagai media untuk memperoleh pemahaman atas diri sendiri guna mengevaluasi sejauh mana individu tersebut berhasil atau kurang berhasil dalam suatu hal tertentu sehingga dapat meningkatkan kemampuannya.

D. Instrumen Penelitian

1. Instrumen Harga diri

a. Identitas Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur harga diri adalah *Rosenberg Self-Esteem Scale* dari Rosenberg (1965). Instrumen ini berjumlah 10 aitem dengan hanya satu dimensi yaitu harga diri. Skala ini menggunakan skala peringkat 1-4 dengan empat opsi jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Instrumen ini diadaptasi oleh peneliti dari bahasa asli yaitu bahasa Inggris ke bahasa Indonesia dengan bantuan *judgement* dan ahli bahasa dengan reliabilitas *alpha Cronbach* sebesar 0,87.

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Harga diri

Dimensi	Harga diri		Jumlah Aitem
	Aitem		
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Unidimensional	1,3,4,7,10	2,5,6,8,9	10

b. Penyekoran

Skala ini menggunakan skala peringkat 1-4 dengan empat opsi jawaban dari rentang 1 sampai dengan 4 dan terdapat aitem *favorable* dan *unfavorable*. Pilihan jawaban pada instrumen harga diri adalah Sangat Tidak Setuju (STS) – Tidak Setuju (TS) – Setuju (S) – Sangat Setuju (SS) dengan penyekoran sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Penyekoran Instrumen Harga diri

Jenis Aitem	Instrumen	Pilihan Jawaban Aitem			
		STS	TS	TS	STS
<i>Favorable</i>		1	2	3	4
<i>Unfavorable</i>		4	3	2	1

Skoring dilakukan dengan membalikkan skor *unfavorable* menjadi skor *favorable* lalu selanjutnya dijumlahkan dan diubah dari data ordinal menjadi data interval.

c. Kategorisasi

Tabel 3. 5 Kategorisasi Skor Instrumen Harga diri

Kategori	Kriteria
Tinggi	$M + 1SD \leq X$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$X < M - 1SD$

Kategorisasi pada instrumen ini terbagi menjadi tiga kelompok yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pembagian kategori didasarkan pada besarnya daya beda yang menunjukkan angka sebesar 3,24 (Sumintono & Widhiarso, 2014). Individu dengan kategori harga diri tinggi berarti individu tersebut memiliki penilaian yang baik pada diri, mampu menghargai, menerima, mengekspresikan diri, dan puas dengan kondisi dari diri. Sementara individu dengan kategori harga diri sedang berarti individu tersebut cukup memiliki penilaian yang baik terhadap diri sendiri, menghargai, menerima, dan cukup puas dengan kondisi dari diri sendiri. Terakhir, individu dengan kategori harga diri rendah yang kurang memiliki kemampuan dalam menilai diri dengan baik, kurang dapat menghargai, menerima, berupaya untuk menjadi orang lain dan tidak puas dengan kondisinya.

2. Instrumen Presentasi diri

a. Identitas Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur presentasi diri adalah skala *Self-Presentation Tactics* dari Lee et al. (1999). Instrumen ini berjumlah 63 item yang mengukur 12 aspek presentasi diri. Skala ini menggunakan skala dengan rentang 1-7 yang terdiri atas 7 alternatif jawaban yaitu sangat jarang, jarang, agak jarang, netral, agak sering, sering, sangat sering. Instrumen ini terdiri atas 12 aspek yaitu *excuse*, *justification*, *disclaimer*, *self-handicapping*, *apology*, *ingratiation*, *intimidation*, *supplication*, *entitlement*, *enchancement*, *blasting*, dan *exemplification*. Instrumen ini

diadaptasi oleh peneliti dari bahasa asli yaitu bahasa Inggris ke bahasa Indonesia dengan bantuan *judgement* dan ahli bahasa dengan reliabilitas *alpha Cronbach* sebesar 0.92.

Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrumen Presentasi diri

Dimensi	Presentasi Diri		Jumlah Aitem
	Favorable	Unfavorable	
<i>Excuse</i>	38,47,61	34,35	5
<i>Justification</i>	5,43,44,60,63		5
<i>Disclaimer</i>	4,10,16,24,48		5
<i>Self-Handicapping</i>	12,41,52,56,57		5
<i>Apology</i>	3,13,17,28,49		5
<i>Ingratiation</i>	9,11,27,32,37,42,51,62		8
<i>Intimidation</i>	1,2,31,50,58		5
<i>Supplication</i>	7,8,14,30,53		5
<i>Entitlement</i>	21,22,39,45	54	5
<i>Enhancement</i>	6,18,29,40,59		5
<i>Blasting</i>	19,26,33,46,55		5
<i>Exemplification</i>	15,20,23,25,36		5

b. Penyekoran

Skala yang digunakan pada presentasi diri adalah skala rentang 1 sampai dengan 7 dan terdapat aitem *favorable* dan *unfavorable*. Pilihan jawaban pada instrumen *presentasi diri* adalah Sangat Jarang (SJ) – Jarang (J) – Agak Jarang (AJ) – Netral (N) – Agak Sering (AS) – Sering (S) – Sangat Sering (SS) sesuai dengan penyekoran sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Penyekoran Instrumen Presentasi diri

Jenis Aitem	Instrumen Presentasi diri	Pilihan Jawaban Aitem						
		SJ	J	AJ	N	AS	S	SS
<i>Favorable</i>		1	2	3	4	5	6	7
<i>Unfavorable</i>		7	6	5	4	3	2	1

Skoring dilakukan dengan membalikkan skor *unfavorable* menjadi skor *favorable* lalu selanjutnya dijumlahkan dan diubah dari data ordinal menjadi data interval.

c. Kategorisasi

Tabel 3. 8 Kategorisasi Skor Instrumen Presentasi diri

Kategori	Kriteria
Tinggi	$X \geq \mu$ (rata-rata populasi)
Rendah	$X < \mu$ (rata-rata populasi)

Kategorisasi pada instrumen ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu tinggi dan rendah. Individu dengan presentasi diri yang tinggi memiliki keinginan yang tinggi untuk memberikan kesan tertentu kepada orang lain dan menciptakan citra diri yang diinginkan. Sedangkan, individu dengan presentasi diri yang rendah tidak memiliki keinginan untuk memberikan kesan tertentu kepada orang lain.

3. Instrumen Perbandingan Sosial

a. Identitas Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur perbandingan sosial adalah alat ukur *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM)* dari Gibbons & Buunk (1999). Instrumen ini berjumlah 11 aitem yang diisi dengan menggunakan skala dengan 5 alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Instrumen ini terdiri atas dua aspek yaitu kemampuan dan pendapat. Instrumen ini diadaptasi oleh peneliti dari bahasa asli yaitu bahasa Inggris ke bahasa Indonesia dengan bantuan *judgement* dan ahli bahasa dengan reliabilitas *alpha Cronbach* sebesar 0,79.

Tabel 3. 9 Kisi-Kisi Instrumen Perbandingan Sosial

Dimensi	Perbandingan Sosial		Jumlah Aitem
	Favorable	Unfavorable	
Kemampuan	1,2,3,4,6	5	6
Pendapat	7,8,9,10	11	5

b. Penyekoran

Skala yang digunakan pada perbandingan sosial adalah skala rentang 1 sampai dengan 5 dan terdapat aitem *favorable* dan *unfavorable*. Pilihan

jawaban pada instrumen perbandingan sosial terdiri atas Sangat Tidak Setuju (STS) – Tidak Setuju (TS) – Netral (N) – Setuju (S) – Sangat Setuju (SS) dengan penyekoran sebagai berikut:

Tabel 3. 10 Penyekoran Instrumen Perbandingan Sosial

Jenis Aitem	Instrumen	Pilihan Jawaban Aitem				
	Perbandingan Sosial	STS	TS	N	S	SS
<i>Favorable</i>		1	2	3	4	5
<i>Unfavorable</i>		5	4	3	2	1

Skoring dilakukan dengan membalikkan skor *unfavorable* menjadi skor *favorable* lalu selanjutnya dijumlahkan dan diubah dari data ordinal menjadi data interval.

c. Kategorisasi

Tabel 3. 11 Kategorisasi Skor Instrumen Perbandingan Sosial

Kategori	Kriteria
Tinggi	$M + 1SD < X$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$X < M - 1SD$

Kategorisasi pada instrumen ini terbagi menjadi tiga kelompok yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pembagian kategori didasarkan pada besarnya daya beda yang menunjukkan angka sebesar 2,65 (Sumintono & Widhiarso, 2014). Individu dengan kategori perbandingan sosial tinggi berarti individu tersebut selalu membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih baik maupun lebih buruk. Sementara individu dengan kategori perbandingan sosial sedang berarti individu tersebut cukup sering membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih baik maupun lebih buruk. Terakhir, individu dengan kategori perbandingan sosial rendah tidak pernah membandingkan diri dengan orang lain.

E. Proses Pengembangan Instrumen

Ketiga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil adaptasi oleh peneliti dengan tahapan penyesuaian bahasa, *expert judgement*, dan uji keterbacaan. Selain itu, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas pada setiap

instrumen untuk mengetahui apakah instrumen dapat digunakan untuk mengukur setiap variabel yang akan diteliti yaitu harga diri, presentasi diri, dan perbandingan sosial. Tahapan dari pengembangan instrumen yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validasi Isi (*Expert Judgement*)

Ketiga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bahasa Inggris sehingga peneliti menerjemahkannya ke dalam bahasa Indonesia. Setelah itu, peneliti melakukan *expert judgement* kepada tiga orang ahli yaitu Dr. Tina Hayati Dahlan, S.Psi., M.Pd., Psikolog, Farhan Zakariyya, M.Psi., Psikolog, dan Ghinaya Ummul M.H, S.Psi., M.Pd yang memberikan *feedback* redaksi penulisan setiap aitem agar sesuai konstruk teori variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Kemudian aitem yang telah diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia diterjemahkan kembali ke bahasa Inggris (*back translation*) oleh ahli bahasa Inggris yaitu Septi Rahmawati, M.Pd., hal ini dilakukan agar proses penerjemahan tidak mengubah makna dari aitem asli. Setelah kebahasaan dan makna sesuai dengan instrumen asli dilanjutkan ke tahap uji keterbacaan.

2. Uji Keterbacaan

Uji keterbacaan dilakukan kepada 10 responden yang sesuai dengan kriteria sampel dalam penelitian ini. Uji keterbacaan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah aitem-aitem dalam penelitian ini sudah dapat dipahami atau belum oleh responden yang sesuai dengan kriteria.

3. Analisis Aitem dan Reliabilitas Instrumen

a. Analisis Aitem

Analisis aitem dilakukan dengan *Rasch Model* menggunakan aplikasi *Winstep* untuk mengetahui item dan jawaban responden yang layak dan tidak layak digunakan. Peneliti memilih aitem dan responden yang tidak layak dan tidak memasukannya ke dalam analisis supaya tidak memengaruhi reliabilitas instrumen. Untuk menentukan aitem dan responden yang tidak layak dilihat dari hasil jawaban responden jika nilai

yang diberikan tidak termasuk ke dalam kriteria, maka menunjukkan bahwa item tersebut tidak dapat mengukur variabel yang diinginkan. Berikut parameter yang digunakan dalam *Rasch Model* untuk melihat item dan responden yang tidak sesuai.

Tabel 3. 12 Parameter Aitem Misfit

	Nilai yang diterima
Nilai <i>Outfit Mean Square</i> (MNSQ)	$0.5 < \text{MNSQ} < 1.5$
Nilai <i>Outfit Z-Standard</i> (ZSDT)	$-2.0 < \text{ZSDT} < +2.0$
Nilai <i>Point Measure Correlation</i>	$0.4 < \text{Pt Measure Corr} < 0.85$

Setelah melakukan analisis aitem, terdapat instrumen harga diri terdapat 1 aitem yang harus dieliminasi karena tidak memenuhi nilai *misfit* yaitu aitem nomor 8. Aitem dieliminasi karena nilai pada tiga kriteria di aitem 8 tidak sesuai kriteria pada parameter aitem misfit. Pada instrumen presentasi diri terdapat 1 aitem yang harus dieliminasi karena tidak memenuhi nilai *misfit* yaitu aitem nomor 54. Aitem dieliminasi karena nilai pada tiga kriteria di aitem 8 tidak sesuai kriteria pada parameter aitem misfit. Selanjutnya, pada instrumen perbandingan sosial terdapat 1 aitem yang harus dieliminasi karena tidak memenuhi nilai *misfit* yaitu aitem nomor 11. Aitem dieliminasi karena nilai pada tiga kriteria di aitem 8 tidak sesuai kriteria pada parameter aitem misfit. Namun aitem yang tersisa masih tetap mewakili tiap dimensinya. Selain melakukan analisis aitem, dilakukan analisis *person*. Hasil *person misfit* menunjukkan terdapat 106 dari 467 jawaban yang harus dieliminasi karena tidak sesuai kriteria, sehingga total keseluruhan responden pada penelitian ini adalah 361 orang.

b. Reliabilitas Instrumen

Peneliti menganalisis nilai reliabilitas instrumen menggunakan *Rasch Model* pada aplikasi *Winstep*. Reliabilitas *alpha Cronbach* pada instrumen harga diri sebesar 0.87, reliabilitas *person* sebesar 0.83 dan reliabilitas aitem sebesar 0.97. Selanjutnya hasil analisis pada instrumen presentasi diri reliabilitas *alpha Cronbach* sebesar 0.92, reliabilitas *person* sebesar 0.91 dan reliabilitas aitem sebesar 0.99. Terakhir, reliabilitas *alpha*

Cronbach pada instrumen perbandingan sosial sebesar 0.79, reliabilitas person sebesar 0.75, dan reliabilitas aitem sebesar 0.99.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner disebar secara *online* menggunakan *google form* kepada responden melalui link <https://bit.ly/SkripsiSilviaSembiring>. Kuesioner disebar melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *X*. Kuesioner dibagi menjadi lima bagian, yaitu: (1) identitas peneliti, tujuan penelitian, kriteria responden, dan informasi mengenai kerahasiaan data; (2) identitas responden; (3) alat ukur harga diri; (4) alat ukur presentasi diri; (5) alat ukur perbandingan sosial. Pengumpulan data dilaksanakan dari tanggal 30 Oktober 2023 sampai dengan 7 November 2023.

G. Teknik Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, data yang digunakan telah diubah terlebih dahulu dari data ordinal menjadi interval dengan *Rasch Model* pada aplikasi *Winstep*. Selanjutnya, peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji normalitas Monte Carlo untuk menguji normal atau tidaknya distribusi data dalam penelitian ini. Hasil uji normalitas Monte Carlo menunjukkan bahwa residual data memiliki nilai signifikansi sebesar 0.102 (> 0.05) atau dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 3. 13 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
<i>Unstandardized Residual</i>	
Monte Carlo Sig.	0.102

Setelah itu, peneliti melakukan uji beda berdasarkan sosiodemografi pada ketiga variabel dengan teknik analisis sampel *T-Test* dan *one way ANOVA* untuk mengetahui perbedaan data sosiodemografis pada setiap variabel. Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 29.0 *for windows* dan ekstensi *Process*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi dan uji bootstrap. Tingkat signifikansi pengujian

hipotesis dalam penelitian ini yaitu $<0,05$. Analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel harga diri (X) terhadap presentasi diri (Y), pengaruh harga diri (X) terhadap perbandingan sosial (Z), dan pengaruh perbandingan sosial (Z) terhadap presentasi diri (Y). Kemudian, untuk menguji hipotesis utama dilakukan dengan menggunakan *Process Macro v4.2 model 4 (simple mediation)* di SPSS dari Hayes dengan uji *bootstrap samples 5.000, confidence interval (CI) 95%* untuk menguji perbandingan sosial (Z) sebagai mediator pada pengaruh harga diri (X) terhadap presentasi diri (Y).