



Hubungan Antara Intensitas Penggunaan *Facebook Pro* Dengan *Self-Confidence* di Desa Leleko Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa

Anggun Mandias¹, Jofie H. Mandang², Meike E. Hartati³

^{1,2,3}Universitas Negeri Manado, Sulawesi Utara, Indonesia

*Corresponding author

E-mail addresses: anggunmandias@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 12, 2025

Revised September 20, 2025

Accepted November 30, 2025

Available online December 06, 2025

Kata Kunci:

Facebook Pro; Kepercayaan diri; Media sosial; Masyarakat desa; Online.

Keywords:

Facebook Pro; Self-confidence; Social media; Rural community; Online



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Sagita Akademia Maju.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kaitan atau hubungan antara intensitas penggunaan *Facebook Pro* dengan rasa percaya diri (*self confidence*) di kalangan warga Desa Leleko, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa. Riset ini termasuk dalam kategori penelitian berlandaskan data angka (kuantitatif) dengan pendekatan korelasional. Kelompok subjek (populasi) dalam penelitian ini meliputi seluruh individu yang aktif memakai *Facebook Pro* di Desa Leleko, dengan batas usia mulai dari 17 hingga 40 tahun. Perwakilan (sampel) penelitian mencakup 55 responden yang ditetapkan melalui metode *purposive sampling*. Alat ukur (instrumen) riset tersusun atas dua instrumen pengukuran, yaitu Skala Intensitas Penggunaan *Facebook Pro* yang diadopsi dari *Multidimensional Facebook Intensity Scale* (Orosz et al., 2015) serta Dalam mengukur intensitas penggunaan *Facebook Pro* juga menggunakan sakala *Online Sociability Functions* (OSF) dari Ross et al. (2009) dan Skala Keyakinan Diri yang diambil dari Eriza Kusuma Diana (2024) berdasarkan kerangka teori Lauster. Informasi (data) yang terkumpul dianalisis dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson* menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 30.0

untuk Windows. Perolehan dari penelitian memperlihatkan adanya korelasi yang bersifat konstruktif (positif) dan bermakna (signifikan) antara frekuensi penggunaan *Facebook Pro* dengan kepercayaan diri pada penduduk Desa Leleko, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa. Ini mengisyaratkan bahwa semakin sering *Facebook Pro* digunakan, maka semakin meningkat pula level *self-confidence* penggunaannya. Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa media jejaring sosial, terutama *Facebook Pro*, berpotensi berfungsi sebagai wahana untuk pengembangan pribadi dan peningkatan *self-confidence* melalui pengakuan (validasi) sosial dan interaksi digital yang mendukung (positif).

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the intensity of Facebook Pro use and self-confidence among residents of Leleko Village, Remboken District, Minahasa Regency. This research falls into the category of quantitative studies with a correlational approach. The population consists of all individuals aged 17 to 40 who actively use Facebook Pro in Leleko Village. The research sample includes 55 respondents selected using purposive sampling. The research instruments consist of two measurement tools: the Facebook Pro Usage Intensity Scale adapted from the Multidimensional Facebook Intensity Scale (Orosz et al., 2015) and the Online Sociability Functions (OSF) scale from Ross et al. (2009), as well as the Self-Confidence Scale developed by Eriza Kusuma Diana (2024) based on Lauster's theoretical framework. The collected data were analyzed using Pearson's Product Moment correlation technique with the assistance of SPSS version 30.0 for Windows. The findings indicate a positive and significant correlation between the intensity of Facebook Pro use and self-confidence among the residents of Leleko Village, Remboken District, Minahasa Regency. This suggests that the more frequently Facebook Pro is used, the higher the users' level of self-confidence. These results imply that

social networking platforms, particularly Facebook Pro, may serve as a medium for personal development and the enhancement of self-confidence through social validation and supportive digital interactions.

1. PENDAHULUAN

Evolusi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mentransformasi secara fundamental berbagai aspek kehidupan, termasuk cara individu berinteraksi dan berkomunikasi. Di era digital saat ini, media sosial telah menjelma menjadi platform sentral bagi masyarakat dari berbagai latar belakang untuk terhubung, berbagi informasi, dan berekspresi. Media sosial utama seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *TikTok* kini menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas harian, bahkan telah meluas hingga ke wilayah pedesaan. Data menunjukkan betapa dominannya peran media sosial di Indonesia, dengan 185,3 juta pengguna (66,5% penetrasi) dan rata-rata waktu pemakaian harian yang signifikan, menegaskan statusnya sebagai kebiasaan digital yang melekat. *Facebook* tetap menjadi platform yang sangat berpengaruh, dengan 119 juta pengguna aktif di Indonesia, di mana 60% penggunanya berasal dari luar area perkotaan, termasuk desa. Salah satu fitur yang menonjol adalah *Facebook Pro*, yang awalnya dirancang untuk bisnis namun kini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat umum, termasuk di daerah pedesaan seperti Desa Leleko, untuk aktualisasi diri, memperkuat branding, dan memperluas jejaring sosial/profesional. Desa Leleko sendiri menunjukkan akselerasi digital yang nyata, di mana mayoritas penduduk usia produktifnya aktif menggunakan *Facebook Pro*, terutama untuk promosi usaha dan membangun komunitas digital. Peningkatan intensitas penggunaan platform ini, khususnya *Facebook Pro*, memunculkan dampak yang perlu dikaji secara mendalam, terutama pada aspek psikologis, yaitu *self-confidence* (kepercayaan diri). Dalam ranah digital, *self-confidence* dapat dipengaruhi oleh respons digital (jumlah like, komentar) dan fenomena social comparison atau perbandingan sosial, di mana pengguna cenderung membandingkan diri dengan standar yang ideal di media sosial. Meskipun kajian mengenai media sosial dan dampaknya terhadap psikologi telah banyak dilakukan, fokus pada konteks masyarakat pedesaan dan fitur spesifik seperti *Facebook Pro* masih terbatas. Padahal, transisi digital di masyarakat pedesaan dengan ikatan sosial yang kuat menawarkan dinamika unik yang patut diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris hubungan antara intensitas penggunaan *Facebook Pro* dengan *self-confidence* pada masyarakat di Desa Leleko, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa, sebagai kontribusi untuk memahami implikasi teknologi digital dalam konteks sosial pedesaan kontemporer.

Self Confidence

Kepercayaan diri (*self-confidence*) diartikan sebagai keyakinan individu terhadap kapabilitas dirinya untuk bertindak secara efektif dan mencapai tujuan, yang menurut Lauster (2012), membebaskan individu dari rasa cemas saat mengambil tindakan serta memungkinkan mereka untuk menanggung segala konsekuensi dari pilihannya. Konsep ini memiliki akar yang kuat dalam teori psikologi, di mana Maslow (via Muhibbin & Marfuatun, 2020) menempatkannya

terkait dengan kebutuhan akan harga diri—sehingga validasi dan pencapaian akan menguatkannya. Sementara itu, Stets & Burke (2014) melihat kepercayaan diri sebagai produk dari identifikasi diri; identitas yang jelas akan memicu tingkat kepercayaan diri yang tinggi, sedangkan identitas yang samar akan mereduksi keyakinan diri tersebut. Pada akhirnya, tingkat kepercayaan diri secara signifikan memengaruhi mutu interaksi dan komunikasi seseorang dalam lingkungan sosial.

Intensitas Penggunaan Facebook Pro

Intensitas penggunaan media sosial didefinisikan sebagai tingkat keterlibatan komprehensif pengguna terhadap platform digital dalam keseharian mereka, mencakup bukan hanya dimensi kuantitatif seperti frekuensi dan durasi akses, melainkan juga aspek kualitatif seperti keterikatan emosional dan ketergantungan psikologis (Orosz et al., 2015). Lebih dari sekadar alat, media sosial dianggap sebagai bagian integral dalam pembentukan identitas diri, interaksi sosial, dan sarana ekspresi, di mana motivasi serta tujuan penggunaan sangat menentukan tingkat intensitasnya. Studi juga mengindikasikan bahwa tingginya intensitas penggunaan ini memiliki kaitan yang signifikan dengan dinamika psikologis pengguna, termasuk fluktuasi harga diri, tingkat kecemasan sosial, hingga kepercayaan diri (Andreassen et al., 2017).

2. METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif korelasional (Sugiyono, 2017) yang bersifat asosiatif, bertujuan untuk mengukur arah dan kekuatan hubungan (Creswell, 2012) antara dua variabel: Intensitas Penggunaan *Facebook Pro* (X) dan *Self-Confidence* (Y). Penelitian ini dilaksanakan di Desa Leleko, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa, dalam periode Juli hingga Oktober 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aktif *Facebook* di desa tersebut, dengan total 560 orang dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 55 orang berusia 17–40 tahun yang aktif menggunakan *Facebook Pro*. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria spesifik yaitu berdomisili di Desa Leleko, berusia 17–40 tahun, dan aktif menggunakan fitur Facebook Pro.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur statistik penting yang diterapkan untuk memeriksa apakah distribusi data yang akan dianalisis berkarakteristik normal atau tidak (berdasarkan pandangan Winarsunu, 2009). Penentuan kenormalan data didasarkan pada nilai probabilitas (p) yang dihasilkan. Apabila nilai $p > 0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan normal dan jika $p < 0,05$ maka data tersebut dikatakan tidak normal. Data tersebut dianggap tidak terdistribusi secara normal. Dalam studi ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Selain itu, keabsahan hasil pengujian normalitas diperkuat dengan melakukan inspeksi visual pada tampilan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual. Seluruh proses komputasi ini dibantu oleh perangkat lunak (program) IBM SPSS versi 30.0 for Windows. Ringkasan dari

temuan pengujian normalitas dalam penelitian ini disajikan secara rinci dalam tabel yang tersedia.

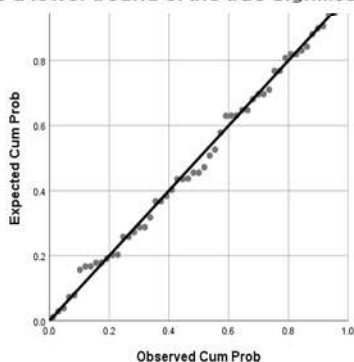
Tabel 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		INTENSITAS PENGGUNAA N FB PRO	SELF CONFIDENC E
N		55	55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	77.24	72.05
	Std. Deviation	5.178	5.404
Most Extreme Differences	Absolute	.085	.095
	Positive	.060	.083
	Negative	-.085	-.095
Test Statistic		.085	.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}

G

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.



Berdasarkan hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov yang disajikan pada Tabel 1, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 untuk variabel X dan Y. Karena nilai 0,200 ini lebih besar dari batas tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data untuk kedua variabel tersebut terdistribusi secara normal. Kesimpulan mengenai normalitas data ini juga diperkuat melalui pemeriksaan visual pada Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual (disajikan pada Gambar 1). Dalam grafik tersebut, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut. Pola ini secara jelas mengindikasikan bahwa asumsi normalitas data terpenuhi. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengujian statistik (*Kolmogorov-Smirnov*) dan konfirmasi visual (*Normal P-P Plot*), dapat disimpulkan bahwa data pada variabel *Intensitas Penggunaan Facebook Pro* dan *Self Confidence* telah berdistribusi secara normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan prosedur statistik esensial yang digunakan untuk memverifikasi karakteristik distribusi data dalam suatu penelitian (Winarsunu, 2009). Fungsi utama dari uji ini adalah untuk memastikan adanya korelasi yang signifikan dan berbentuk garis lurus (linear) di antara dua variabel yang sedang diinvestigasi atau lebih. Pengujian ini umumnya menjadi prasyarat mutlak sebelum peneliti dapat melanjutkan ke analisis korelasi atau regresi linear. Kriteria penentuan linearitas didasarkan pada nilai probabilitas. Hubungan antara variabel independen X dan variabel dependen Y dikategorikan linear jika nilai probabilitas yang dihasilkan melebihi 0,05 ($p > 0,05$). Sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05

($p < 0,05$), maka hubungan kedua variabel tersebut dianggap tidak linear. Dalam konteks studi ini, seluruh perhitungan untuk analisis regresi didukung oleh program SPSS versi 30.0 for Windows. Tabel hasil uji linearitas akan menyajikan ringkasan temuan ini.

Tabel 2 Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SELF CONFIDENCE * INTENSITAS PENGGUNAAN FB PRO	Between Groups	(Combined)	834.953	19	43.945	2.073	.030
		Linearity	518.299	1	518.299	24.452	.000
		Deviation from Linearity	316.654	18	17.592	.830	.656
	Within Groups		741.883	35	21.197		
	Total		1576.836	54			

Prosedur analisis data dimulai dengan menguji asumsi normalitas dan linearitas. Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 untuk variabel X (*Intensitas Penggunaan Facebook Pro*) dan Y (*Self Confidence*). Karena nilai 0,200 ini melebihi batas 0,05, maka asumsi normalitas data terpenuhi. Kesimpulan ini diperkuat secara visual melalui Normal P-P Plot, di mana titik-titik data tampak menyebar di sepanjang garis diagonal. Selanjutnya, uji linearitas dilakukan untuk memastikan hubungan garis lurus antar variabel. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,656. Nilai ini juga lebih besar dari 0,05 ($0,656 > 0,05$), yang mengkonfirmasi adanya hubungan yang linear antara *Intensitas Penggunaan Facebook Pro* dan *Self Confidence*. Dengan terpenuhinya kedua asumsi ini, penelitian telah memenuhi prasyarat dan siap untuk dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis guna memperoleh hasil yang valid dan dapat diandalkan.

Uji Hipotesis

Tabel 3 Uji Hipotesis Korelasi

Correlations

		INTENSITAS PENGGUNAAN FB PRO	SELF CONFIDENCE
INTENSITAS PENGGUNAAN FB PRO	Pearson Correlation	1	.573**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	55	55
SELF CONFIDENCE	Pearson Correlation	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4 Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.573 ^a	.329	.316	4.469

a. Predictors: (Constant), INTENSITAS PENGGUNAAN FB PRO

b. Dependent Variable: SELF CONFIDENCE

Analisis data diawali dengan pengujian asumsi, di mana Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 dan Uji Linearitas menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,656. Kedua nilai ini lebih besar dari 0,05, yang secara kolektif memenuhi asumsi normalitas (diperkuat oleh Normal P-P Plot) dan linearitas hubungan antara *Intensitas Penggunaan Facebook Pro* dan *Self Confidence*. Selanjutnya, Uji Korelasi Pearson menghasilkan nilai koefisien $r = 0,573$ dengan signifikansi $p < 0,001$. Nilai signifikansi yang sangat kecil ini menegaskan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antar kedua variabel, di mana semakin tinggi intensitas aktivitas pengguna di *Facebook Pro* (berbagi, berkomentar), maka semakin tinggi pula *Self Confidence* mereka. Hubungan ini signifikan secara statistik, sehingga Hipotesis Alternatif H_a diterima. Terakhir, Koefisien Determinasi R^2 sebesar 0,329 menunjukkan bahwa *Intensitas Penggunaan Facebook Pro* berkontribusi sebesar 32,9% terhadap *Self Confidence*, sementara 67,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *Intensitas Penggunaan Facebook Pro* dengan *Self-Confidence* (Kepercayaan Diri) pada pengguna di Desa Leleko, Minahasa, dengan nilai korelasi $r = 0,573$ dan kontribusi sebesar 32,9%. Temuan ini berarti, semakin aktif individu menggunakan platform tersebut—baik dari frekuensi masuk, membagikan konten, atau berinteraksi secara digital—semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri mereka dalam mengekspresikan pendapat dan menjalin hubungan sosial.

Menurut analisis, *Facebook Pro* berperan ganda sebagai wadah keberhasilan diri (*Mastery Experiences*) dan validasi sosial. Respons positif dari jaringan (*likes*, komentar, dan dukungan) secara konsisten memperkuat keyakinan diri pengguna, menumbuhkan rasa diterima dan dihargai. Selain itu, dalam konteks *Facebook Pro*, intensitas penggunaan juga terhubung dengan pemberdayaan ekonomi, di mana keberhasilan dalam memperoleh penghasilan atau pengakuan finansial dari konten digital secara langsung meningkatkan rasa kompetensi dan harga diri (*self-worth*).

Hasil ini sejalan dengan Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory*) dari Albert Bandura (1997). Intensitas aktivitas digital, seperti membagikan konten atau menerima umpan balik positif, berfungsi sebagai penguatan sosial (*social reinforcement*) yang secara langsung meningkatkan *self-efficacy* (keyakinan terhadap kemampuan diri) individu. Peningkatan *self-efficacy* ini kemudian termanifestasi sebagai peningkatan *Self-Confidence*. Temuan ini juga didukung oleh studi-studi relevan (seperti Nuzuli, 2023; Suryadi, Gunawan, dan Utami, 2023) yang menegaskan bahwa interaksi media sosial dapat menjadi ruang alternatif untuk menampilkan potensi diri, membangun eksistensi, dan meningkatkan kepercayaan diri, terutama di lingkungan sosial dengan keterbatasan geografis.

Secara keseluruhan, Intensitas Penggunaan *Facebook Pro* memberikan dampak positif yang nyata terhadap kepercayaan diri pengguna di Desa Leleko. Melalui kombinasi dukungan sosial dan penguatan ekonomi yang diterima dalam aktivitas digital yang intens, platform ini tidak hanya memperkuat *self-efficacy* (Bandura) tetapi juga menciptakan rasa keberdayaan yang krusial. Dengan demikian, tingginya intensitas penggunaan media sosial ini menjadi sarana penting bagi masyarakat untuk membangun citra diri dan memperkuat posisi psikologis mereka di era digital.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengguna *Facebook Pro* di Desa Leleko, Minahasa, menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan platform dengan kepercayaan diri (*self-confidence*) mereka. Temuan ini dikonfirmasi oleh nilai koefisien korelasi r sebesar 0,573. Nilai positif tersebut mengindikasikan bahwa semakin sering dan aktif seseorang terlibat dalam aktivitas digital di *Facebook Pro* seperti berinteraksi, berkomentar, membuat, dan membagikan konten semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dirinya. Selain berfungsi sebagai media komunikasi sosial dan ekspresi diri, intensitas penggunaan yang tinggi juga membuka peluang ekonomi (misalnya, melalui promosi usaha atau kolaborasi). Validasi yang diperoleh pengguna, baik dalam bentuk sosial (seperti *likes* dan komentar) maupun ekonomi (keberhasilan finansial), membuat mereka merasa diterima, berharga, dan kompeten. Kondisi ini pada gilirannya memperkuat *self-efficacy* (keyakinan terhadap kemampuan diri) sebagai fondasi utama untuk peningkatan *self-confidence* dalam konteks kehidupan sosial sehari-hari.

Saran

Penelitian ini menemukan hubungan positif dan signifikan antara Intensitas Penggunaan *Facebook Pro* dan *Self-Confidence* pengguna di Desa Leleko, Minahasa, dengan koefisien korelasi $r = 0,573$ dan kontribusi sebesar 32,9%. Hubungan positif ini mengindikasikan bahwa semakin aktif individu terlibat dalam aktivitas digital di platform tersebut (seperti berinteraksi, berbagi, dan membuat konten), semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dirinya, sehingga Hipotesis Alternatif H_a diterima. Secara teoretis, tingginya intensitas ini menyediakan wadah keberhasilan diri (*Mastery Experiences*), ekspresi diri, serta validasi sosial dan ekonomi (melalui *likes* dan peluang finansial), yang secara konsisten memperkuat *self-efficacy* individu sesuai dengan Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (1997).

Hasil penelitian ini merekomendasikan agar pengguna memanfaatkan media sosial sebagai ruang positif untuk membangun *self-confidence*, sementara lembaga terkait disarankan untuk merancang program literasi digital yang fokus pada penguatan karakter dan rasa percaya diri masyarakat desa agar mereka mampu beradaptasi dan berkembang di era digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: W.H. Freeman
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Diana, E. K., Mubina, N., & Leometa, C. H. (2024). Kepercayaan diri pada remaja perempuan pengguna TikTok ditinjau dari citra tubuh. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 5(3), 648–657. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v5i3.454>
- Lauster, P. (2012). *Tes Diri: Mengenal Diri Sendiri Melalui Tes Psikologi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Muhibbin, S., & Marfuatun, S. (2020). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Jakarta: Kencana.
- Orosz, G., Tóth-Király, I., Bóthe, B., Melher, D., Paskuj, B., Fülöp, M. T., ... & Zimbardo, P. G. (2016). The development of the Problematic Series Watching Scale (PSWS). *Journal of Behavioral Addictions*, 5(1), 144–150. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.011>
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2014). Self-Esteem and Identities. *Sociological Perspectives*, 57(4), 409–433. <https://doi.org/10.1177/0731121414536141>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang