



Authentic Personality and Self-Presentation in Digital Media: A Study of Roblox Users

Kepribadian Autentik dan Presentasi Diri dalam Media Digital: Studi pada Pengguna Roblox

Tiara Salsabilla^{1*}, Miftahun Najah²

¹⁻² Program Studi Psikologi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)

ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:

Didik Hariyanto

*Correspondence:

tiarasalsabilla@students.unnes.ac.id

Citation:

Tiara Salsabilla dan Miftahun Najah. (2026). *Kepribadian Autentik dan Presentasi Diri dalam Media Digital: Studi pada Pengguna Roblox*. 15(1)

Doi: 10.21070/kanal.v15i1.2080

Abstract

The expansion of digital spaces enables individuals to construct and express their identities through virtual interactions, including on online gaming platforms such as Roblox. However, the freedom to present oneself in digital environments does not always reflect an individual's authentic personality. This study aimed to examine the relationship between authentic personality and self-presentation among Roblox users in Indonesia. A quantitative correlational design with incidental sampling was employed. A total of 249 Roblox users participated in the study. Data were collected using authenticity scale and self-presentation scale and analyzed using Pearson correlation. The results revealed a significant negative relationship between authentic personality and self-presentation. Regression analysis indicated that authentic personality contributed 13.3% to the variance in self-presentation. These findings suggest that individuals with higher levels of authentic personality are less likely to intensively manage or construct their online self-image. The study highlights the importance of authentic personality in understanding self-presentation daring behavior and contributes to the growing literature on digital communication and identity construction in interactive media environments.

Keywords: authentic personality; self-presentation; roblox; virtual world

Abstrak

Perkembangan ruang digital memungkinkan individu menampilkan identitas diri melalui interaksi virtual, termasuk pada platform permainan daring Roblox. Namun, presentasi diri di lingkungan digital tidak selalu mencerminkan kepribadian autentik individu. Penelitian ini bertujuan menguji hubungan antara kepribadian autentik dan presentasi diri pada pengguna Roblox di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel insidental. Sebanyak 249 pengguna Roblox berpartisipasi sebagai responden. Data dikumpulkan menggunakan skala autentisitas dan presentasi diri, kemudian dianalisis menggunakan korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kepribadian autentik dan presentasi diri. Kepribadian autentik juga memberikan kontribusi sebesar 13,3% terhadap variasi presentasi diri. Temuan ini menunjukkan bahwa individu yang lebih autentik cenderung kurang intens dalam mengelola citra diri di lingkungan virtual. Penelitian ini menegaskan pentingnya

kepribadian autentik dalam memahami pembentukan identitas digital pada media interaktif.

Kata Kunci: kepribadian autentik, presentasi diri, Roblox, dunia virtual

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, penggunaan internet menjadi hal yang tidak bisa lepas dari kita. Hal ini didukung dengan hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025) terkait Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2025, terdapat lebih dari 229 juta penduduk Indonesia terkoneksi internet. Dalam hal tersebut, tercatat bahwa sekitar 3,4 juta remaja mengalami gangguan kesehatan mental dengan gejala depresi akibat tekanan sosial dan membandingkan diri dengan orang lain di media sosial (Digital, 2025).

Penggunaan internet tentunya berkaitan dengan persoalan kesehatan mental. Fleksibilitas identitas digital di ruang virtual membuka celah bagi perilaku seperti *identity-based deception* atau *catfishing*, ketika individu secara sengaja menampilkan citra diri yang tidak sesuai dengan kenyataan untuk tujuan tertentu (Mac Giolla & Stenbock, 2025; Monaro dkk., 2018; Simanjuntak & Putri, 2023). Terdapat sekitar 19% pengguna internet global pernah membuat profil palsu, dan 69% pernah berinteraksi dengan pihak yang memalsukan identitasnya (Linder, 2025). Hal ini dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti hilangnya kepercayaan sosial, gangguan pada konsep diri, dan stres emosional (Fusvinda & Kurniawan, 2025). Selain itu, waktu bermain yang berlebihan, tekanan sebaya, dan pengalaman emosional yang intens dapat berkontribusi pada perubahan suasana hati dan perilaku pada penggunaannya. Apabila tidak tertangani, kondisi ini berisiko menimbulkan peningkatan gangguan kecemasan, depresi, rendahnya harga diri, hingga isolasi sosial dalam jangka panjang (Phillips, 2026; Jorge, 2026).

Fenomena tekanan untuk menyesuaikan perilaku dan citra diri agar diterima secara sosial di ruang virtual ini erat kaitannya dengan konsep *false self-presentation*. Kondisi ini memunculkan ketidakaslian diri (*inauthentic self*) akibat ketidaksesuaian antara *real self* dan *ideal self*, yang pada akhirnya dapat menimbulkan tekanan psikologis karena individu berupaya mempertahankan citra diri yang sempurna di dunia daring (Michikyan dkk., 2014; Snyder & Lopez, 2002). Hal tersebut mereka pertahankan akibat adanya adiksi terhadap penerimaan sosial dan rasa nyaman terhadap respon sekitar (Hildhasari & Dharma, 2024; Praditha & Wulanyani, 2024; Reza & Tetteng, 2025).

Presentasi diri merujuk pada proses pengelolaan dan penampilan kesan tertentu kepada orang lain untuk memfasilitasi interaksi sosial, beradaptasi dengan lingkungan sosial, serta memperoleh manfaat sosial maupun psikologis dari keterlibatan interpersonal (Goffman, 1959). Presentasi diri daring dapat dipahami sebagai upaya individu menampilkan citra dirinya di ruang virtual, yang menurut Michikyan dkk. (2014) tercermin dalam tiga dimensi utama yaitu *real self*, *ideal self*, dan *false self*. Presentasi diri daring memberikan kesempatan bagi individu untuk menampilkan citra diri yang ingin ditunjukkan guna memperluas relasi sosial, memperkuat identitas digitalnya, dan meningkatkan kepercayaan diri (Hanika, 2016; Hildhasari & Dharma, 2024; Robaiyani dkk., 2025; Safitri dkk., 2023).

Variabel presentasi diri daring terdiri dari tiga

indikator yaitu *real self*, *ideal self*, dan *false self* (Michikyan dkk., 2014). *Real self* ditandai dengan penampilan diri yang konsisten dan selaras dengan identitas serta kepribadian individu di kehidupan nyata. *Ideal self* berarti menampilkan versi diri yang lebih sempurna atau diidealkan dibandingkan kondisi sebenarnya, sebagai upaya memenuhi ekspektasi maupun standar sosial tertentu. Sementara itu, *false self* tercermin dari penampilan citra diri yang menyimpang dari identitas asli, cenderung bersifat menipu atau tidak jujur, dan biasanya didorong oleh keinginan untuk mendapatkan penerimaan atau penilaian sosial yang positif.

Di Indonesia, salah satu instrumen yang digunakan untuk mengukur presentasi diri daring adalah Skala Presentasi Diri Daring yang dikembangkan oleh Tama (2018) berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh (Michikyan dkk., 2014). Instrumen tersebut telah diadaptasi dengan menghapus beberapa item yang tidak valid berdasarkan hasil uji validitas konstruk. Mengingat perkembangan berbagai platform daring yang digunakan saat ini, peneliti melakukan penyesuaian lebih lanjut pada instrumen tersebut agar sesuai dengan konteks penggunaan Roblox sebagai platform penelitian.

Presentasi diri berkaitan erat dengan keaslian individu dalam menampilkan dirinya, yang dikenal dengan konsep kepribadian autentik. Wood dkk. (2008) mendefinisikan kepribadian autentik sebagai kepribadian yang ditandai oleh keselarasan antara pikiran, perasaan, dan tindakan yang sesuai dengan diri sejati. Autentik merujuk pada individu yang bertindak sesuai dengan *true self* dan mengekspresikan diri secara konsisten dengan pikiran serta perasaan batin (Harter, 2002). Konsistensi ini penting dalam menjaga keselarasan identitas antara dunia nyata dan daring (Putri dkk., 2024). Namun, dalam kehidupan digital seperti virtual world platform, kebebasan berekspresi melalui avatar dan interaksi sosial dapat menantang keautentikan diri ketika pengguna menampilkan citra yang berbeda dari kepribadian sejatinya demi menyesuaikan diri dengan norma komunitas virtual sehingga berpotensi memicu tekanan psikologis, kebingungan identitas, hingga penurunan *well-being* (Kang & Kim, 2020).

Variabel kepribadian autentik terdiri dari tiga indikator yaitu *authentic living*, *accepting external influence*, dan *self-alienation* (Wood dkk., 2008). *Authentic living* yang berarti berperilaku konsisten sesuai dengan kesadaran dan keyakinannya dalam kebanyakan situasi. *Accepting external influence* yang berarti menerima pengaruh orang lain dan menyesuaikan diri dengan harapan orang lain. *Self-alienation* yang berarti merasa tidak mengenali dirinya atau jauh dari diri yang sesungguhnya.

Di Indonesia, salah satu instrumen yang digunakan untuk mengukur kepribadian autentik adalah Skala Autentisitas yang dikembangkan oleh Febrianti dkk. (2023) berdasarkan aspek yang dikembangkan oleh Wood dkk. (2008). Instrumen tersebut telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia melalui proses penerjemahan serta pengujian reliabilitas dan validitas konstruk. Karena telah sesuai dengan tujuan dan konteks penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen tersebut untuk mengukur kepribadian autentik responden.

Bentuk presentasi diri daring saat ini sangat beragam,

sesuai dengan tujuan dan pilihannya masing-masing (Kulsum dkk., 2024; Setiadarma dkk., 2024). Pada media sosial, pengguna dapat membangun identitas melalui foto profil, *username*, dan bio, sedangkan pada *virtual game platform* seperti Roblox menyediakan fitur avatar yang memungkinkan pengguna menciptakan karakter sebagai representasi diri di dunia virtual (Wulandari dkk., 2025). Interaksi dalam *virtual game platform* berlangsung secara lebih nyata melalui komunikasi yang bersifat *real-time* dan sinkron, sehingga pengguna dapat berinteraksi langsung dengan pemain lain. Karakteristik tersebut menjadikan Roblox sebagai ruang yang unik untuk membangun dan menampilkan identitas diri di lingkungan virtual.

Roblox merupakan salah satu *virtual game platform* yang banyak digunakan oleh masyarakat di berbagai negara. Pada kuartal II 2025, Roblox mencatat 111,8 juta pengguna aktif harian, meningkat dari 79,5 juta pada periode yang sama tahun 2024. Sebanyak 54% pengguna berusia di atas 13 tahun, sedangkan 22% berusia di bawah 13 tahun (Haq, 2025). Data ini menunjukkan bahwa Roblox menjadi ruang interaksi lintas usia yang dinamis, di mana individu berkesempatan menampilkan diri mereka melalui berbagai fitur interaktif yang memungkinkan pemain berkomunikasi dan beraktivitas layaknya di dunia nyata. Pengguna dapat berinteraksi melalui pesan, suara, serta berbagai *emote* dan gerakan avatar seperti berjalan, berlari, duduk, hingga melompat, sementara sistem server mempertemukan pemain dari berbagai negara untuk berkomunikasi, bekerja sama, dan bermain bersama.

Interaksi yang berlangsung secara *real-time* dan sinkronus di Roblox membuat pengalaman sosial di dalamnya terasa lebih nyata, sehingga mendorong individu untuk semakin leluasa mengekspresikan dan menampilkan dirinya melalui avatar. Namun, kebebasan ini turut membawa risiko ketika presentasi diri yang ditampilkan berbeda dari kepribadian autentik, hal tersebut berpotensi memunculkan citra diri negatif serta emosi negatif seperti kekecewaan hingga depresi (Fusvinda & Kurniawan, 2025; Michikyan dkk., 2014; Putri dkk., 2024).

Kecenderungan presentasi diri daring ini dipengaruhi berbagai faktor seperti *self-consciousness*, *body image*, dan *self-disclosure* turut membentuk kebebasan individu mengekspresikan identitas yang diinginkan (Hildhasari & Dharma, 2024; Safitri dkk., 2023). Rasa malu dan kecenderungan narsistik juga mendorong presentasi diri daring untuk mendapatkan rasa bahagia dan penerimaan sosial, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap *psychological well-being* individu (Annafiah & Mardianto, 2025; Fusvinda & Kurniawan, 2025; Hayati & Fitriani, 2024; Kulsum dkk., 2024; Kusumasari & Hidayati, 2014).

Beragamnya teori dan temuan tersebut menunjukkan bahwa presentasi diri daring telah banyak dikaji, namun sebagian besar penelitian masih berfokus pada konteks media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan X, yang menekankan cara individu menampilkan diri melalui unggahan atau interaksi yang bersifat asinkronus. Eksplorasi pada platform *virtual game* seperti Roblox masih sangat terbatas, padahal karakteristik interaksinya yang *real-time*

dan sinkronus membuat identitas digital penggunaanya tidak sekadar ditampilkan seperti pada unggahan statis, melainkan "dihidupi" secara interaktif dalam waktu nyata. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memperluas konteks kajian hubungan antara kepribadian autentik dan presentasi diri daring, dari ranah media sosial yang asinkronus menuju dunia *virtual gaming* yang *real-time* dan sinkronus. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri fenomena presentasi diri pada pengguna Roblox di Indonesia.

Berdasarkan uraian teori dan temuan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa terdapat hubungan antara kepribadian autentik dan presentasi diri pada pengguna Roblox di Indonesia. Individu dengan tingkat kepribadian autentik yang lebih tinggi diperkirakan memiliki kecenderungan tertentu dalam menampilkan dirinya di ruang virtual. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- **Ho:** tidak terdapat hubungan kepribadian autentik terhadap presentasi diri daring pada pengguna Roblox.
- **Ha:** terdapat hubungan kepribadian autentik terhadap presentasi diri daring pada pengguna Roblox.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepribadian autentik dengan presentasi diri pada pengguna Roblox di Indonesia, guna memberikan gambaran mengenai keterkaitan antara keaslian diri seseorang dan bentuk presentasi dirinya di ruang virtual interaktif. Konteks Roblox dipilih karena platform ini menyediakan ruang bagi individu untuk berekspresi, berinteraksi, dan membangun identitas digital melalui avatar, sehingga menjadi lingkungan yang relevan untuk mengkaji dinamika kepribadian autentik dalam perilaku presentasi diri daring secara virtual. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian psikologi sosial dan kepribadian, sekaligus menjadi dasar ilmiah bagi pengembangan upaya intervensi terhadap isu kesehatan mental yang muncul akibat dinamika interaksi di dunia virtual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei korelasional. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan pendekatan yang menghasilkan data berupa angka yang kemudian dianalisis menggunakan prosedur statistik untuk memperoleh kesimpulan objektif (Sugiyono, 2013). Penelitian kuantitatif korelasional ini dipilih untuk mengetahui hubungan antara variabel *kepribadian autentik* sebagai variabel bebas dan *presentasi diri daring* sebagai variabel terikat. Dengan desain ini, penelitian dapat mengetahui hubungan antara *kepribadian autentik* dengan *presentasi diri daring* pada pengguna Roblox di Indonesia.

Untuk mengukur variabel presentasi diri daring, peneliti menggunakan Skala Presentasi Diri Online oleh Tama (2018). Indikator dari variabel ini terdiri dari *real self*, *ideal self*, dan *false self*. Instrumen ini memiliki nilai reliabilitas sebesar $\alpha = 0.90$ dan telah dilakukan uji validitas dengan model analisis *confirmatory factor analysis (CFA)*, memperoleh model fit dengan *Chi-Square* = 75.203, *df* =

58, $P\text{-value} = 0.0639$, $RMSEA = 0.063$, $CFI = 0.973$. Kemudian, instrumen ini terdiri dari 12 item yang menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 poin yaitu (sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju). Contoh itemnya yaitu “*Saya adalah orang yang sangat berbeda antara di Roblox dan di dunia nyata*”.

Untuk mengukur variabel kepribadian autentik, peneliti menggunakan Skala Autentisitas oleh Febrianti dkk. (2023). Indikator dari variabel ini terdiri dari *authentic living*, *accepting external influence*, dan *self-alienation*. Instrumen ini telah dilakukan uji reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* dengan hasil nilai reliabilitas sebesar $\alpha = 0.688$ dan telah dilakukan uji validitas melalui *confirmatory factor analysis (CFA)* dan didapatkan $CFI=0.95$, $RMSEA= 0.073$, $CI [0.05; 0.09]$, $SRMR=0.049$. Kemudian, instrumen ini terdiri dari 12 item yang menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 poin yaitu (sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju). Contoh itemnya yaitu “*Menurut saya, lebih baik menjadi diri sendiri daripada mencari popularitas*”.

Penelitian ini melibatkan partisipan yang berasal dari populasi pengguna Roblox di Indonesia. Populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti, tetapi untuk mendapatkan sampel, penelitian ini menggunakan perhitungan *power Analysis A priory: Compute required sample size* dengan aplikasi G*Power, dengan parameter *slope* $H1 = 0,3$, $\alpha\text{ err prob} = 0,05$, dan *power* $= 0,95$, sehingga didapatkan jumlah sampel sebesar 249 orang dan berasal dari berbagai daerah di Indonesia.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana individu yang secara kebetulan menemukan atau terpapar dengan kuesioner penelitian dan dipandang sesuai dengan karakteristik penelitian dapat dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2013). Kriteria inklusi yang ditetapkan meliputi: (1) pernah atau sedang menggunakan Roblox (dalam kurun waktu 1 bulan terakhir), (2) berusia 18–25 tahun, dan (3) berdomisili di Indonesia. Kriteria eksklusi mencakup partisipan yang tidak memenuhi karakteristik pengguna aktif dan tidak sedang memainkan Roblox dalam kurun waktu satu bulan terakhir, serta berdomisili di luar wilayah Indonesia. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner yang disusun dalam *Google Form*.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis sesuai metode penelitian kuantitatif. Tahap pertama diawali dengan melakukan uji kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dan dinyatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi di atas 0,30 sesuai standar pengujian instrumen kuantitatif. Selanjutnya, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien Cronbach’s Alpha, di mana nilai $\alpha \geq 0,70$ menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik (Sugiyono, 2013).

Tahap berikutnya adalah uji asumsi statistik yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah distribusi data pada variabel *kepribadian autentik* dan *presentasi diri daring* mengikuti pola sebaran normal. Sementara itu, uji linearitas digunakan

untuk memastikan bahwa hubungan antara kedua variabel berada dalam pola yang linear sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan analisis korelasi (Arikunto, 2015).

Setelah semua asumsi terpenuhi, peneliti melakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data pada masing-masing variabel. Analisis utama dilakukan menggunakan uji korelasi *pearson* untuk mengetahui arah, kekuatan, dan tingkat signifikansi hubungan antara kepribadian autentik dan presentasi diri daring pada pengguna Roblox di Indonesia.

HASIL DAN DISKUSI

Setelah melakukan pengumpulan data kepada 267 subjek, terdapat 251 subjek penelitian yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Terdapat beberapa alasan yang mendasari data tidak dapat digunakan yaitu 16 subjek penelitian tidak memenuhi kriteria yaitu tidak menggunakan Roblox dalam kurun waktu 1 bulan terakhir. Namun, dari 251 data subjek penelitian tersebut, hanya dapat digunakan sebanyak 249 data karena beberapa di antaranya merupakan data outlier.

Berdasarkan tabel berikut mayoritas subjek penelitian yang mengisi kuesioner adalah perempuan (80,1%) dan secara keseluruhan mayoritas subjek penelitian yang mengisi kuesioner berusia 20-21 tahun (25,5%). Pada data demografis, didapatkan bahwa mayoritas pengguna roblox merupakan pengguna dari daerah provinsi Jawa Tengah (35,5%). Pada tabel berikut pun menjabarkan gambaran perilaku subjek penelitian dalam menggunakan Roblox. Mayoritas subjek penelitian telah menggunakan Roblox selama 1-6 bulan terakhir (36,3%) dan menghabiskan waktu lebih dari 2 jam dalam sehari (40,6%) dengan rata-rata aktivitas seperti mengganti avatar, memilih outfit/aksesoris, menggunakan gesture atau emote, berinteraksi dengan pengguna lain melalui chat/voice dilakukan selama beberapa kali dalam seminggu (33,5%).

Tabel 1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Variabel	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	50	20,1
Perempuan	199	79,9
Usia		
18	17	6,8
19	26	10,4
20	64	25,7
21	63	25,3
22	36	14,5
23	21	8,4
24	6	2,4
25	16	6,4
Lama memiliki akun Roblox		
1-6 bulan	91	36,5
7-12 bulan	70	28,1
>1 tahun	88	35,3
Rata-rata Penggunaan Harian		

<30 menit	13	5,2
30 menit – 1 jam	59	23,7
1 – 2 jam	77	30,9
>2 jam	100	40,2
Frekuensi Aktivitas Presentasi Diri di Roblox		
Setiap hari	78	31,3
Beberapa kali dalam seminggu	84	33,7
Sekali dalam seminggu	11	4,4
Beberapa kali dalam sebulan	54	21,7
Jarang / hampir tidak pernah	22	8,8
Domisili		
Jawa Tengah	89	35,7
Jawa Barat	33	13,3
Jawa Timur	27	10,8
Banten	19	7,6
DKI Jakarta	17	6,8
DI Yogyakarta	10	4,0
Sumatera	32	12,85
Sulawesi	9	3,61
Kalimantan	11	4,4
NTT	1	0,4
Papua	1	0,4
Total	249	100,0

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Kepribadian Autentik	249	20	48	35,12	6,190
Presentasi Diri Daring	249	14	48	31,40	6,568

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Kepribadian autentik (X) memiliki nilai minimum sebesar 20, maksimum 48, dengan nilai rata-rata (*mean*) 35,12 dan standar deviasi 6,190. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pengguna Roblox memiliki tingkat kepribadian autentik yang berada pada kategori tinggi. Sementara itu, variabel Presentasi diri daring (Y) memiliki nilai minimum sebesar 14, maksimum 48, dengan nilai rata-rata 31,40 dan standar deviasi 6,568. Nilai rata-rata yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa para pengguna Roblox memiliki tingkat presentasi diri daring yang tinggi ketika menggunakan Roblox.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kepribadian autentik dan Presentasi diri daring

<i>Tests of Normality</i>			
	<i>Shapiro-Wilk</i>		
	<i>Statistic</i>	<i>Df</i>	<i>Sig.</i>
Kepribadian Autentik	0,998	249	0,993
Presentasi Diri Daring	0,991	249	0,130

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan jenis

Shapiro-wilk. Setelah dilakukan uji normalitas, didapatkan nilai signifikansi pada variabel Kepribadian Autentik sebesar 0,993 dan variabel Presentasi Diri Daring sebesar 0,130 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal atau lolos uji normalitas ($p > 0,05$).

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas Kepribadian autentik dan Presentasi diri daring

<i>ANOVA Table</i>					
	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
(Combined)	2259,103	27	83,670	2,191	0,001
<i>Linearity</i>	1419,685	1	1419,685	37,181	0,000
<i>Deviation from Linearity</i>	839,417	26	32,285	0,846	0,685

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,685 ($> 0,05$) yang mengindikasikan adanya hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kepribadian autentik dan presentasi diri daring bersifat linear sehingga memenuhi asumsi untuk dilakukan uji korelasi *Pearson*.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi *Pearson* Kepribadian autentik dan Presentasi diri daring

<i>Correlations</i>			
	<i>Kepribadian autentik</i>	<i>Presentasi diri daring</i>	
Kepribadian Autentik	1	-.364**	
	<i>Pearson Correlation</i>		
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		0,000
	<i>N</i>	249	249
Presentasi Diri Daring	-.364**	1	
	<i>Pearson Correlation</i>		
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000	
	<i>N</i>	249	249

Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson*, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) antara variabel Kepribadian autentik (X) dan Presentasi diri daring (Y) sebesar -0.364, dengan nilai signifikansi $p < 0.001$. Karena nilai signifikansi tersebut kurang dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Kepribadian autentik dengan Presentasi diri daring. Nilai korelasi sebesar -0.364 menunjukkan bahwa hubungan keduanya berada pada kategori sedang dan bersifat negatif. Artinya, semakin tinggi Kepribadian autentik, maka tingkat Presentasi diri daring cenderung semakin rendah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepribadian autentik dengan presentasi diri daring pada pengguna Roblox di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan

adanya hubungan negatif yang signifikan antara kepribadian autentik dan presentasi diri daring ($r = -0.364$, $p < 0.001$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepribadian autentik individu, maka semakin rendah kecenderungan melakukan presentasi diri daring secara intens di Roblox. Sebaliknya, individu dengan tingkat keautentikan yang lebih rendah cenderung lebih aktif dalam mengelola dan membentuk citra diri di ruang virtual.

Temuan ini memperkuat asumsi konseptual bahwa kepribadian autentik berperan sebagai pengontrol internal dalam regulasi perilaku sosial. Individu dengan tingkat *authentic living* yang tinggi cenderung menampilkan diri secara konsisten dengan pengalaman dan nilai pribadinya (Wood dkk., 2008). Konstruk ini ditemukan oleh Rogers (1951) sebagai gambaran individu yang perasaan dan pengalamannya selaras dengan kesadarannya tentang bagaimana diri aslinya. Kepribadian autentik ini digambarkan sebagai konsistensi seseorang dalam tiga tingkatan yang meliputi pengalaman utama seseorang, kesadarannya, serta perilaku dan komunikasinya.

Dalam konteks digital, konsistensi antara identitas diri dan perilaku membuat individu tidak terlalu terdorong untuk memodifikasi citra diri demi memperoleh validasi eksternal. Hal ini sejalan dengan temuan terdahulu yang menunjukkan bahwa individu yang merasa nyaman dengan identitas dirinya cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri di ruang daring (Hanika, 2016; Robaiyani dkk., 2025; Safitri dkk., 2023). Cara individu menampilkan dirinya di ruang daring tersebut dapat dipahami melalui konsep *presentasi diri daring*, yang mencakup tiga dimensi yaitu *real self*, *ideal self*, dan *false self* (Goffman, 1959; Michikyan dkk., 2014). Dalam praktiknya, *presentasi diri daring* juga dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan demografis, seperti harga diri, kepribadian, dan gender (Herring & Kapidzic, 2015; Junitasari & Akalili, 2023; Rarasati dkk., 2019; Reza & Tetteng, 2025).

Sebaliknya, hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui dinamika kebutuhan sosial yang dijelaskan dalam penelitian Reza & Tetteng (2025) serta Robaiyani dkk. (2025), yang menemukan bahwa kebutuhan akan penerimaan sosial dan dukungan dapat mendorong individu melakukan presentasi diri daring yang lebih terstruktur dan positif. Individu dengan kepribadian autentik yang rendah kemungkinan memiliki kebutuhan validasi eksternal yang lebih kuat, sehingga lebih aktif membangun citra tertentu di ruang daring. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Hildhasari & Dharma (2024) yang menunjukkan bahwa *self-consciousness* dan evaluasi diri berperan dalam pembentukan strategi *presentasi diri daring* di media sosial. Artinya, ketika individu kurang selaras dengan diri sejatinya, kecenderungan untuk mengelola kesan demi memenuhi standar sosial menjadi lebih tinggi.

Dalam konteks teori *Online Disinhibition Effect*, hasil ini menunjukkan bahwa anonimitas dan fleksibilitas identitas di ruang virtual seperti Roblox dapat memperbesar peluang eksplorasi identitas. Namun, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kondisi anonimitas dapat meningkatkan kecenderungan *toxic disinhibition*, termasuk perilaku

manipulatif atau tidak autentik. Dengan demikian, individu dengan kepribadian autentik rendah lebih rentan memanfaatkan kebebasan ini untuk membentuk identitas digital yang tidak sepenuhnya mencerminkan diri aslinya (Lapidot-Lefler & Barak, 2012; Schlosser, 2020; Suler, 2004).

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperluas konteks kajian kepribadian autentik dan presentasi diri daring dari media sosial konvensional ke *virtual game platform* yang bersifat interaktif dan embodied. Penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti presentasi diri daring melalui unggahan visual atau teks, sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika keautentikan diri juga berperan dalam pembentukan identitas digital yang diwujudkan melalui avatar dan interaksi langsung dalam dunia virtual. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pengembangan psikologi sosial dan kepribadian dalam memahami perilaku individu di ruang virtual yang semakin kompleks.

Secara praktis, temuan ini menegaskan pentingnya penguatan kesadaran diri dan autentisitas dalam penggunaan platform digital. Bagi konselor dan pendidik, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang psikoedukasi mengenai identitas digital yang sehat, terutama bagi remaja dan dewasa awal yang aktif menggunakan platform virtual. Bagi pengembang platform, pemahaman mengenai peran *kepribadian autentik* dapat mendorong desain fitur yang mendukung ekspresi diri yang positif dan reflektif, serta meminimalkan potensi *identity-based deception* dan dampak psikologis negatif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepribadian autentik dan presentasi diri daring. Artinya, individu dengan tingkat keautentikan diri yang lebih rendah cenderung lebih aktif dalam mengelola dan membentuk citra diri di ruang virtual. Sebaliknya, semakin tinggi tingkat kepribadian autentik individu, maka semakin rendah kecenderungan melakukan presentasi diri daring secara intens di platform Roblox. Meski demikian, kepribadian autentik hanya menyumbang sebagian kecil dari variasi presentasi diri daring yang teramati, mengindikasikan bahwa faktor-faktor psikologis dan kontekstual lain turut berperan besar dalam membentuk perilaku tersebut.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penggunaan teknik *incidental sampling* menghasilkan komposisi subjek yang kurang seimbang, baik dari segi jenis kelamin maupun wilayah domisili, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Kedua, desain penelitian korelasional dengan pendekatan *cross-sectional* hanya menggambarkan hubungan antarvariabel pada satu waktu, sehingga tidak dapat menjelaskan hubungan kausal maupun perubahan variabel dari waktu ke waktu.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teknik *probability sampling* dengan sebaran demografis yang lebih merata untuk meningkatkan generalisasi hasil. Selain itu, desain longitudinal atau pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk

mengkaji dinamika identitas digital secara lebih mendalam. Penelitian selanjutnya juga disarankan menambahkan variabel psikologis lain, seperti harga diri, dukungan sosial, atau kebutuhan validasi sosial, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi presentasi diri daring.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat, pertolongan, dan kesempatan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih kepada keluarga, sahabat, dan orang-orang terdekat yang senantiasa memberikan dukungan moral, motivasi, serta semangat selama proses penelitian berlangsung. Selain itu, penulis memberikan apresiasi kepada diri sendiri atas ketekunan, komitmen, dan usaha yang telah dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini di tengah berbagai tantangan yang dihadapi. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi kontribusi yang bermakna bagi bidang kajian terkait.

REFERENSI

- Annafiah, S., & Mardianto, M. (2025). Kontribusi Need to Belong terhadap Self-Presentation Online pada Remaja di Media Sosial. *MASALIQ*, 5(1), 427–440. <https://doi.org/10.58578/masaliq.v5i1.4778>
- APJII. (2025). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://survei.apjii.or.id/survei?emailSent=1>
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. <https://repositori.telkomuniversity.ac.id/pustaka/98698/prosedur-penelitian-suatu-pendekatan-praktik.html>
- Digital, A. (2025, September 11). *Kesehatan Mental Remaja di Era Media Sosial Antara Tren Digital dan Krisis Emosional*. Agribisnis Digital | FKP UNESA. <https://agridigi.fkp.unesa.ac.id/post/kesehatan-mental-remaja-di-era-media-sosial-antara-tren-digital-dan-krisis-emosional>
- Febrianti, R., Milla, M. N., Setiamurti, A., Wulandari, A., Handayani, I., & Yuniar -. (2023). Measurement Of Authentic Personality: Adaptation Of The Indonesian Version Of The Authenticity Scale. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 14(1), 72–96. <https://doi.org/10.24036/rapun.v14i1.122731>
- Fusvinda, T., & Kurniawan, R. (2025). Hubungan Antara Online Self Presentation dengan Psychological Well Being Pada Gen Z Pengguna Second Account Instagram. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 3(1), 225–231. <https://doi.org/10.62260/causalita.v3i1.508>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. DOUBLEDAY ANCHOR BOOKS. <http://crossculturalleadership.yolasite.com/resources/Goffman%20%281959%29%20Presentation%20of%20Self%20in%20Everyday%20Life.pdf>
- Hanika, I. M. (2016). Self Presentation dalam Kehidupan Virtual. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(1), 93. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.601>
- Haq, A. M. N. (2025, Agustus 13). Roblox Catat 111 Juta Pengguna Aktif Q2 2025 di Tengah Isu Pemblokiran. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/roblox-catat-118-8-juta-pengguna-aktif-harian-pada-q2-2025-di-tengah-isu-pemblokiran-gim-di-indonesia-CTqr7>
- Harter, S. (2002). Authenticity. Dalam *Handbook of positive psychology* (hlm. 382–394). Oxford University Press.
- Hayati, S. R., & Fitriani, Y. (2024). Hubungan Kecenderungan Narsistik Terhadap Self Presentation Pada Remaja Dalam Platfrom Tiktok Di Sma Pusaka Nusantara 2 Bekasi. *WACANA*, 16(2), 136–145. <https://doi.org/10.20961/wacana.v16i2.88809>
- Herring, S. C., & Kapidzic, S. (2015). Teens, Gender, and Self-Presentation in Social Media. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, 146–152. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.64108-9>
- Hildhasari, G., & Dharma, F. (2024). Self-Disclosure in Introverted Individuals on Social Media from Erving Goffman's Dramaturgical Perspective: Self-Disclosure pada Individu Introvert di Media Sosial dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ijccd.v16i1.1169>
- Jorge, J. R. (2026, Februari). *Digital Addiction and Mental Health Concerns on Roblox: Protecting Children's Well-Being*. JEWELL RADIMISIS JORGE LLP. <https://www.jrjlaw.com/blog/2026/february/digital-addiction-and-mental-health-concerns-on/>
- Junitasari, E., & Akalili, A. (2023). Representasi konsep diri Crossplayer dalam akun Facebook "Crossdress Cosplay Id." *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3). <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i3.20958>
- Kang, H., & Kim, H. K. (2020). My avatar and the affirmed self: Psychological and persuasive implications of avatar customization. *Computers in Human Behavior*, 112(4), 106446. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106446>
- Kulsum, U., Bukhori, I., & Winarsih, N. (2024). Analisis Self Presenting Remaja di Media Sosial: Analysis of Teenagers Self-Presenting on Social Media. *Moderasi: Jurnal Studi Ilmu Pengetahuan Sosial*, 5(1), 20–34. <https://doi.org/10.24239/moderasi.Vol5.Iss1.222>
- Kusumasari, H., & Hidayati, D. S. (2014). Rasa Malu Dan Presentasi Diri Remaja Di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 4(2), 91–105. <https://doi.org/10.26740/jptt.v4n2.p91-105>
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2012). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 434–443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.014>
- Linder, J. (2025, April 29). *Catfishing Statistics Statistics: Market Data Report 2025*. Gitnux. <https://gitnux.org/catfishing-statistics/>
- Mac Giolla, E., & Stenbock, S. (2025). Acting Like a Liar: An Experimental Test of the Self-Presentational Theory of Deception. *Journal of Nonverbal Behavior*, 49(3), 377–391. <https://doi.org/10.1007/s10919-025-00486-z>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-

- Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55–64. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Monaro, M., Gamberini, L., Zecchinato, F., & Sartori, G. (2018). False Identity Detection Using Complex Sentences. *Frontiers in Psychology*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00283>
- Phillips, S. (2026, Januari). *Online Gaming Safety: A Therapist's Perspective on Roblox and Your Child's Well-Being*. Bridge to Balance Inc. <https://bridge2balance.com/online-gaming-safety-a-therapists-perspective-on-roblox-and-your-childs-well-being>
- Praditha, K. S. G., & Wulanyani, N. M. S. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Adiksi Media Sosial Pada Mahasiswa: Literature Review. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 2506–2524. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9628>
- Putri, F. R., Ariyani, M., & Wahyuni, L. D. (2024). *Personality Traits Conscientiousness and Openness to Experience as a Predictors of Authentic Self-Presentation Online*. 73–81. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-303-0_8
- Rarasati, D. B., Hudaniah, H., & Prasetyaningrum, S. (2019). Strategi presentasi diri pengguna instagram ditinjau dari tipe kepribadian. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 7(2), 235–251. <https://doi.org/10.22219/jipt.v7i2.8164>
- Reza, A., & Tetteng, B. (2025). Hubungan Harga Diri dengan Presentasi Diri Remaja Pengguna Instagram. *Observasi : Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 3(2), 234–251. <https://doi.org/10.61132/observasi.v3i2.1128>
- Robaiyani, S., Nada, S. Q., & Afghani, A. A. A. (2025). Self-Esteem dan Dukungan Sosial terhadap Online Self Presentation pada Mahasiswa. *Jurnal Sublimapsi*, 6(2), 185–193. <https://doi.org/10.36709/sublimapsi.v6i2.179>
- Rogers, C. R. (Carl R. (with Internet Archive). (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications, and theory*. Boston : Houghton Mifflin Co. http://archive.org/details/clientcenteredth0000roge_a7x6
- Safitri, D., Fitriani, A., & Izzati, I. D. C. (2023). Hubungan Self Consciousness Dan Body Image Dengan Self Presentation Pengguna Instagram. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 5(1), 60–73. <https://doi.org/10.36269/psyche.v5i1.1217>
- Schlosser, A. E. (2020). Self-disclosure versus self-presentation on social media. *Current Opinion in Psychology, Privacy and Disclosure, Online and in Social Interactions*, 31, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.025>
- Setiadarma, A., Abdullah, A. Z., Priyono, S., & Firmansyah, D. (2024). Tinjauan Literatur Transformasi Sosial dalam Era Virtual. *ResearchGate*, 4(1), 232–244. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i1.2930>
- Simanjuntak, M. J. T., & Putri, L. W. (2023). Identifikasi Online Deception Behavior Dan Kecemasan Sosial Pada Pengguna Instagram Di Jabodetabek. *Sebatik*, 27(1), 127–137. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.1922>
- Snyder, C. R., & Lopez, S. J. (2002). *Handbook of positive psychology* (hlm. xviii, 829). Oxford University Press. http://www.ldysinger.com/@books1/Snyder_Hndbk_Positive_Psych/Snyder_Lopez_Handbook_of_Positive_Psychology.pdf
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan* *RD*. http://elibrary.stikesghsby.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1879%26keywords
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Tama, B. A. (2018). Validitas Skala Presentasi Diri Online. *JP3I (Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia)*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v7i1.12102>
- Wood, A., Linley, P., Maltby, J., Baliousis, M., & Joseph, S. (2008). The Authentic Personality: A Theoretical and Empirical Conceptualization and the Development of the Authenticity Scale. *Journal of Counseling Psychology*, 55(3), 385–399. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.55.3.385>
- Wulandari, A., Fahrudin, A., & Rahman, A. (2025). Peran Roblox dalam Pembentukan Identitas Generasi Muda: Sebuah Tinjauan Literatur. *Interaction Communication Studies Journal*, 2(2), 15–15. <https://doi.org/10.47134/interaction.v2i2.4777>

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest. Copyright © Tiara Salsabilla dan Miftahun Najah. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.