

Presentasi diri di sosial media (Instagram dan Facebook) Sebuah literature review

Nurul Aiyuda¹, Nandy Agustin Syakarofath²

¹Fakultas Psikologi Universitas Abdurrah Pekanbaru

²Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang
Nurul.aiyuda@univrab.ac.id¹, nandy.syakarofath@umm.ac.id²

Abstrak

Artikel ini merupakan sebuah review literature pada beberapa penelitian presentasi diri di sosial media khususnya instagram dan facebook. Artikel ini bertujuan untuk melihat bagaimana perkembangan penelitian presentasi diri di *media online* dari 5 tahun terakhir, di kumpulkan dengan menggunakan pencarian *google cendikia*, dengan kata kunci “*Self Presentation on media sosial (instagram atau facebook)*”. Dari beberapa penelusuran tersebut peneliti mengumpulkan 22 artikel yang kemudian di bahas dalam penelitian ini dan diskusikan. Temuan review mengungkapkan bahwa ada beberapa variabel yang dalam 5 tahun terakhir sering di korelasikan dengan presentasi diri di media sosial lebih banyak pada faktor internal individu seperti kepribadian, harga diri, narsisme, maupun faktor bawaan seperti demografi, berupa gender atau faktor sosial seperti budaya. Lebih lanjut temuan ini akan didiskusikan di akhir.

Kata Kunci : presentasi diri online, instagram, facebook, media sosial

Abstract

This article is a literature review on several studies of self-presentation on social media, especially Instagram and Facebook. This article aims to see how the development of self-presentation research in online media from the last 5 years, collected using Google Scholar search, with the keyword "Self Presentation on social media (Instagram or Facebook)". From these searches, the researchers collected 22 articles which were then discussed in this study and discussed. The review findings reveal that there are several variables that in the last 5 years are often correlated with self-presentation on social media more on individual internal factors such as personality, self-esteem, narcissism, or innate factors such as demographics, in the form of gender or social factors such as culture. Furthermore, these findings will be discussed at the end.

Keywords: online self-presentation, Instagram, facebook, social media

PENDAHULUAN

Presentasi diri mulai di kenalkan oleh Erving Goffman, seorang sosiolog pada tahun 1959, dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*. Sementara pada bidang psikologi Baumeister (1986) menggambarkan presentasi diri dalam buku *privat and public identity*. Namun demikian, pembahasan terkait presentasi diri masih berkaitan dengan interaksi sosial tatap muka, teori ini semakin berkembang dengan kemunculan media sosial seperti facebook pada tahun 2004, twitter pada tahun 2006, instagram tahun 2011. Para peneliti, mulai menjadikan media sosial sebagai sarana presentasi diri yang selama ini hanya bersifat tatap muka.

Pertumbuhan situs jejaring sosial (SNS) kemudian memberi pengaruh besar pada upaya untuk menampilkan diri, individu kemudian menggunakan strategi dan membuat pilihan untuk memengaruhi rasa suka dan hormat agar di terima oleh orang lain (Bareket-bojmel, Moran, & Shahr, 2016). Mehdizadeh (2010) mengungkapkan bahwa kemunculan sosial media membentuk presentasi diri yang baru. Presentasi diri ini berbeda dengan cara tradisional, menurut Smith dan Sanderson, (2015) secara tradisional individu yang melakukan presentasi

diri dalam interaksi tatap muka cenderung menempatkan batasan dalam presentasi diri kepada orang lain, sebab individu klaim presentasi diri individu bisa di bantah oleh orang lain yang berhadapan langsung. Sementara di dunia maya individu lebih memiliki kontrol pada presentasi diri yang ingin ditunjukkan, sebab orang lain tidak hadir secara fisik untuk menyangkal presentasi diri yang di lakukan.

Saat ini sosial media memungkinkan individu untuk memperlihatkan presentasi diri yang berbeda-beda. Mulai dari menampilkan diri secara utuh sama seperti saat dalam interaksi tatap muka atau justru presentasi diri yang palsu atau sama sekali berbeda dengan di kehidupan sehari-hari. (Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2015). Dalam menampilkan presentasi diri individu kemudian memiliki strategi meningkatkan presentasi diri (Bareket-Bojmel, Moran, & Shahar, 2016; Britt, 2015)

Hal ini sejalan dengan apa yang di ungkap oleh Smith dan Sanderson (2015) bahwa dalam mempresentasikan diri secara online individu perlu memiliki kemampuan kesan secara virtual. Bahkan individu perlu melakukan beberapa strategi dalam meningkatkan presentasi diri secara sosial dengan evaluasi yang bisa di terima umpan balik di sosial media. (Bareket-Bojmel et al., 2016). Sementara Baron dan Branscombe (2012) mengungkapkan strategi atau teknik untuk meningkatkan manajemen kesan-presentasi diri antara lain meliputi *self enhancement*, yaitu dengan meningkatkan daya tarik individu terhadap orang lain. Kedua *other enhancement*, yaitu dengan membuat individu yang menjadi target merasa senang dengan berbagai cara. Sementara menurut Huang (2014) ada beberapa langkah dalam meningkatkan presentasi diri pada remaja di sosial media. Meliputi, promosi diri, ingratation, manipulasi dan *damage control*.

(Baron & Branscombe, 2012) beberapa individu menganggap bahwa cara berinteraksi di media sosial akan merusak perkembangan otak remaja, sementara pendapat lainnya mengungkapkan bahwa interaksi media sosial merupakan cara baru dan memunculkan kreatifitas. Hal senada juga di ungkap oleh Vogel dan Rose (2016) bahwa penggunaan media sosial memiliki manfaat, namun di sisi lain juga berbahaya. Kontradiksi penggunaan sosial media dalam interaksi dan presentasi diri inilah yang menjadi landasan artikel ini di tulis, untuk melihat bagaimana individu menampilkan diri di media sosial dan kemudian apa saja yang menjadi dasar presentasi diri di media sosial akan menjadi bahasan dalam artikel ini.

PRESENTASI DIRI ONLINE

Menurut Baron dan Branscombe (2012) kebanyakan dari individu memiliki keinginan untuk “ terlihat baik” di hadapan orang lain, sehingga perlu membuat kesan yang kuat pada orang lain. Penggunaan istilah manajemen kesan dari psikologi sosial ini sering di kenal sebagai presentasi diri, yaitu upaya yang dilakukan untuk menggambarkan kesan yang baik pada orang lain. Beberapa peneliti menyebutkan beberapa aspek maupun komponen dari presentasi diri di sosial media, seperti Yang dan Bradford Brown (2016) menyebutkan bahwa aspek presentasi diri terdiri dari beberapa aspek yaitu keluasan informasi, kedalaman informasi, kepositifan, keaslian serta intensionalitas. Pada keluasan informasi (*breadth*) presentasi individu mengacu kepada jumlah informasi yang disajikan, hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak informasi yang dibagikan kepada khalayak umum. Sementara pada aspek kedalaman informasi (*depth*) merupakan batasan individu sejauhmana informasi pribadi dibagikan kepada khalayak umum. Aspek kepositifan (*positivity*) merupakan informasi apa yang dapat memberikan kesan yang baik untuk mengoptimalkan image diri. Keaslian (*authenticity*), seberapa akurat sebuah

informasi disajikan menggambarkan orang yang mempersentasikan dirinya. Intensionalitas (intentionality): yaitu sejauh mana individu secara sadar dan sengaja mengungkapkan sebuah informasi).

Dari kelima aspek tersebut, keluasan informasi (*breadth*), kedalaman informasi (*depth*), kepositifan (*positivity*), dan keaslian (*authenticity*) fokus pada konten atau isi dari presentasi diri, sedangkan intensionalitas merupakan usaha agar untuk memperoleh perhatian dari orang lain. Sedang Michikyan membagi presentasi diri kedalam beberapa komponen (Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2014; Michikyan, Subrahmanyam, & Dennis, 2014b). Meliputi presentasi diri real, presentasi diri ideal, dan presentasi diri palsu. Presentasi diri *real* merupakan kondisi dimana individu menampilkan dirinya dengan penilaian positif dan tidak berbeda dengan kehidupan sehari-hari. Kemudian presentasi diri *ideal*, kondisi dimana individu menampilkan diri dengan penilaian harapan dari orang lain atau apa yang diinginkannya. Terakhir, presentasi diri palsu, yang di bagi dalam beberapa bentuk presentasi meliputi 1) penipuan, ketika individu menampilkan diri di dunia nyata dengan online yang berbeda. 2) Eksplorasi, ketika individu mencoba berbagai aspek yang tidak bisa dilakukan di dunia maya. 3) membandingkan dan membuat kesan, ketika individu membandingkan dirinya dan membuat terkesan orang lain dalam kehidupan maya.

METODE

Artikel ini dikumpulkan melalui penelusuran google cendikia dengan beberapa kata kunci dari lima tahun terakhir mulai dari 2014-2019. Kata kunci pertama menggunakan presentasi di sosial media secara umum “*Online self presentation on social media*” dengan hasil penelusuran artikel sejumlah 62.700 artaikel. Sedang dengan kata kunci “*Online self presentation on facebook*” ditemukan sebanyak 131.000 artikel, dan terakhir dengan kata kunci “*Online self presentation on instagram*” di temukan 16.900 artikel penelitian. Kemudian dari temuan artikel tersebut di saring kembali hanya untuk artikel yang berasal dari jurnal-jurnal psikologi, dan hanya pada hasil penelusuran 3 kolom penelusurn, kemudian mengeluarkan artikel –artikel dari diluar pembahasan atau penelusuran tersebut, dan lainnya. Artikel juga di saring kembali dengan variabel yang menunjukkan *self presentation* secara eksplisit. Kemudian di dapatkan 22 artikel yang akan di diskusikan kemudian.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Daftar penelitian *literature review*

	Peneliti	N	Variabel	Tahun	Media
1	(Dredge, Gleeson, & de la Piedad Garcia)	147 (15-24 tahun)	Presentasi diri, <i>cyberbullying</i> , risiko	2016	Facebook
2	(Michikyan, Dennis, et al., 2014)	261 subjek	Presentasi kepribadian, penggunaan facebook	2014	Facebook
3	(Michikyan, Subrahmanyam, et al., 2014)	261, 66 laki-laki, 195 perempuan (22 tahun)	Presentasi diri, <i>well being</i> , harga diri, identitas	2014	Facebook
4	(Lee, Ahn, & Kim)	236, 108 laki-laki, 128 perempuan, rerata usia 20,6 tahun	Presentasi kepribadian	2014	Facebook
5	(Lee-Won, Shim, Joo, & Park)	Literature review	Presentasi diri, pilihan bahasa	2014	Facebook

6	(Roselyn J Lee-Won, Minsun Shim, Yeon Kyoung Joo, & Sung Gwan Park)	183 (US) 137 (Korea)	Presentasi diri positif, <i>self consciousness</i>	2014	Facebook
7	(Smith & Sanderson)	27 atlete professional	Gender	2015	Instagram
8	(Gil-Or, Levi-Belz, & Turel)	258 pengguna facebook	Presentasi diri, harga diri, <i>false self</i>	2015	Facebook
9	(Moon, Lee, Lee, Choi, & Sung)	212 pengguna instagram, 110 perempuan, 102 laki-laki	Self presentation, narsisme, perilaku promosi diri	2016	Instagram
10	(Geurin-Eagleman & Burch)	8 atlet	Self presentation, brand managemen, personal brand	2016	Instagram
11	(Bareket-bojmel et al.,)	37 Laki-laki, 119 laki-laki	<i>Self-enhancement, self verification, achievement motivaation</i>	2016	Facebook
12	(Yang & Bradford Brown)	218 subjek	Presentasi diri, identitas, konsep diri	2016	Facebook
13	(Salim, Rahardjo, Tanaya, & Qurani, 2017)	326 (85 laki laki dan 241 perempuan)	Self presentation, Friendship-contingent self esteem, dan FoMO	2017	Instagram
14	(Jackson & Luchner, 2018)	207 pengguna ig	Self presentation, kepribadian, reaksi emosi	2018	Instagram
15	(Waterloo, Baumgartner, Peter, & Valkenburg)	1201 (15-25 tahun)	Ekspresi Emosi negative (sedih, marah, kecewa, khawatir), ekspresi emosi positif (senang dan bangga), gender,	2018	Sosial Medai
16	(Djafarova & Trofimenko)	38 Wanita Pengguna Ig	Self presentation, sumber kredibilitas, electronic word of mouth	2019	Instagram
17	(Yau & Reich)	51 (12-18 tahun) 27 perempuan, 24 laki-laki	Presentasi diri, norma dan praktek	2019	Instagram
18	(Huang,)	1549 subjek	Presentasi diri, ingratation, promosi diri, ingratation, manipulasi dan damage control	2014	Instagram
19	(Herring & Kapidzic)	Literature review	Presentasi diri, kejujuran, dan profil visibilitas	2015	Media sosial
20	(Britt)	463 subjek (18-25 tahun)	Presentasi diri, harga diri, kesenangan pada konten kecantikan di sosial media	2015	Media sosial
21	(Vogel & Rose)	Literature review	Presentasi diri, perbandingan sosial, <i>well being</i>	2016	Media sosial
22	(Lyu)	788 subjek	Presentasi diri, strategi self presentation, <i>travel</i>	2016	Media sosial

PEMBAHASAN

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa presentasi diri di sosia media, seperti instagram maupun facebook berkaitan dengan harga diri (Britt, 2015; Mehdizadeh, 2010; Salim et al., 2017). Individu dengan harga diri yang rendah cenderung memiliki presentasi diri yang baik di sosial media (Mehdizadeh, 2010). Namun demikian untuk individu yang memiliki ketertarikan pada konten media sosial berbasis kecantikan, memiliki kecendrungan harga diri dan keterlibatan yang tinggi pada konten media sosial (Britt, 2015).

Selain harga diri, individu dengan narsisme juga memberikan kontribusi bagi tampilan presentasi diri individu di sosial media (Mehdizadeh, 2010; Ong et al., 2011). Dari sisi internal faktor yang mempengaruhi individu dalam mempresentasikan diri berkaitan dengan kepribadian (Chen & Marcus, 2012; Lee et al., 2014; Michikyan, Subrahmanyam, & Dennis, 2014a; Zhao et al., 2013).

Gender juga memberikan pengalaman berbeda untuk individu dalam mempresentasikan diri. Dalam memperlihatkan presentasi diri visual secara online perempuan cenderung memilih untuk membatasi ketersediaan visibilitas profil, dan membatasi akses pada mereka yang tidak terhubung, sementara pada laki-laki cenderung lebih memberikan ruang bagi public untuk melihat profil mereka (Herring & Kapidzic, 2015). Sementara dalam presentasi diri secara tekstual, laki-laki cenderung menampilkan pilihan bahasa tegas, baik dalam gaya maupun nada, sementara perempuan dianggap bertujuan untuk menyenangkan orang lain dan memfasilitasi interaksi sosialnya (Herring & Kapidzic, 2015).

Dredge et al., (2014) mengungkapkan kehadiran media sosial seperti facebook sebenarnya dapat menjadi lingkungan eksperimen bagi remaja untuk mempresentasikan dirinya. Namun di sisi lain presentasi diri di facebook juga berhubungan dengan kemunculan perhatian negatif dari pelaku bullying. Namun demikian, secara umum menurut penelitian Waterloo et al., (2018) pada usia 15-25 tahun ekspresi emosi yang positif lebih cenderung ditampilkan di sosial media di banding ekspresi emosi negative. Baik ekspresi emosi positif maupun negative, paling tinggi dibagikan di media sosial whatsapp, kemudian secara berturut, bahwa emosi negative ditampilkan pada facebook, twitter kemudian instagram. Begitupun untuk ekspresi emosi positif lebih sering di tampilkan pada whatsapps, kemudian Instagram, facebook dan twitter.

Pertentangan positif dan negatif pengaruh dari presentasi diri di sosial media juga berkaitan dengan kesejahteraan psikologis. Presentasi diri di sosial media memiliki hubungan terhadap kesejahteraan psikologis (Michikyan et al., 2015; Vogel & Rose, 2016). Individu yang menggunakan media sosial cenderung menampilkan diri secara positif. Dampak psikologis yang ditimbulkan di sosial media bergantung pada apakah pengguna berfokus pada diri atau orang lain. Fokus individu pada presentasi pribadi yang di sajikan secara positif sebagai citra diri umumnya menghasilkan manfaat pada kesejahteraan individu. Sedang fokus pada apa yang diidealkan oleh orang lain justru memiliki dampak berbahaya pada kesejahteraan individu (Vogel & Rose, 2016).

Selain beberapa variabel individual yang melekat pada diri individu seperti kepribadian, gender, harga diri, narsisme, konsep diri, emosi, presentasi diri di media sosial ternyata juga dipengaruhi oleh faktor di luar individu, dari sisi sosial, yaitu budaya. Budaya juga dianggap mempengaruhi bagaimana individu menampilkan diri di sosial media. Hal ini sejalan dengan penelitian (Roselyn J Lee-Won et al., 2014) yang mengungkapkan bahwa budaya mempengaruhi bagaimana individu akan mempresentasikan diri di sosial media.

KESIMPULAN

Beberapa pendapat tentang variabel yang memiliki hubungan dengan presentasi diri di sosial media sebenarnya tidak begitu berbeda dengan presentasi diri secara online. Hanya saja pada diri online individu lain tidak mampu mengkonfirmasi secara langsung, namun bisa jadi mengingkari presentasi diri yang ada lewat *feedback* berupa komentar ataupun *dislike*. Hal ini kemudian tentu bisa memberikan kontribusi negative pada kesejahteraan psikologis individu. Meskipun disisi lain ketika individu mempresentasikan diri sesuai dengan keadaan ideal orang lain juga akan menimbulkan masalah dikemudian hari. Sehingga yang perlu dilakukan adalah menempatkan presentasi diri yang tidak berbeda dengan keadaan sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bareket-bojmel, L., Moran, S., & Shahar, G. (2016). Computers in Human Behavior Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior. *Computers in Human Behavior*, 55, 788–795. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.033>
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., & Shahar, G. (2016). Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior. *Computers in Human Behavior*, 55, 788–795. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.033>
- Baron, A. R., & Branscombe, R. N. (2012). *Social Psychology* (Thirteenth Edition). New York: PEARSON.
- Britt, R. K. (2015). Effects of Self-presentation and Social Media Use in Attainment of Beauty Ideals. *Studies in Media and Communication*, 3(1), 79–88. <https://doi.org/10.11114/smc.v3i1.705>
- Chen, B., & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2091–2099. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.06.013>
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). 'Instafamous' – credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information, Communication & Society*, 22(10), 1432–1446. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1438491>
- Dredge, R., Gleeson, J., & de la Piedad Garcia, X. (2014). Presentation on Facebook and risk of cyberbullying victimisation. *Computers in Human Behavior*, 40, 16–22. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.035>
- Geurin-Eagleman, A. N., & Burch, L. M. (2016). Communicating via photographs: A gendered analysis of Olympic athletes' visual self-presentation on Instagram. *Sport Management Review*, 19(2), 133–145. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.03.002>
- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., & Turel, O. (2015). The "Facebook-self": Characteristics and psychological predictors of false self-presentation on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6, 99. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00099>
- Herring, S. C., & Kapidzic, S. (2015). Teens, Gender, and Self-Presentation in Social Media. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 146–152). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.64108-9>
- Huang, H. (2014). Self-presentation Tactics in Social Media. *Proceedings of the 2014 International Conference on Social Science*. Presented at the 2014 International Conference on Social Science (ICSS-14), Chengdu, China. <https://doi.org/10.2991/icss-14.2014.76>
- Jackson, C. A., & Luchner, A. F. (2018). Self-presentation mediates the relationship between Self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personality and Individual Differences*, 133, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.052>

- Lee, E., Ahn, J., & Kim, Y. J. (2014). Personality traits and self-presentation at Facebook. *Personality and Individual Differences*, 69, 162–167. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.05.020>
- Lee-Won, R. J., Shim, M., Joo, Y. K., & Park, S. G. (2014). Who puts the best “face” forward on Facebook?: Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends ratio, and culture. *Computers in Human Behavior*, 39, 413–423. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.08.007>
- Lyu, S. O. (2016). Travel selfies on social media as objectified self-presentation. *Tourism Management*, 54, 185–195. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.001>
- Mehdizadeh, S. (2010). *Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook*. 8.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). *Emerging Adulthood Can You Guess Who I Am? Real, Ideal*, . <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). 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>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014a). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179–183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014b). Computers in Human Behavior Can you tell who I am? Neuroticism , extraversion , and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179–183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Moon, J. H., Lee, E., Lee, J.-A., Choi, T. R., & Sung, Y. (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Personality and Individual Differences*, 101, 22–25. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.05.042>
- Ong, E. Y. L., Ang, R. P., Ho, J. C. M., Lim, J. C. Y., Goh, D. H., Lee, C. S., & Chua, A. Y. K. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents’ self-presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 50(2), 180–185. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.09.022>
- Roselyn J Lee-Won, Minsun Shim, Yeon Kyoung Joo, & Sung Gwan Park. (n.d.). *Who puts the best “face” forward on Facebook?: Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends ratio, and culture*.
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2017). Are Self-Presentation Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear Of Missing Out? *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 21(2), 70. <https://doi.org/10.7454/mssh.v21i2.3502>
- Smith, L. R., & Sanderson, J. (2015). I’m Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 342–358. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029125>
- Vogel, E. A., & Rose, J. P. (2016). Self-reflection and interpersonal connection: Making the most of self-presentation on social media. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 294–302. <https://doi.org/10.1037/tps0000076>
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New Media & Society*, 20(5), 1813–1831. <https://doi.org/10.1177/1461444817707349>
- Yang, C., & Bradford Brown, B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(2), 402–416. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2019). “It’s Just a Lot of Work”: Adolescents’ Self-Presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram. *Journal of Research on Adolescence*, 29(1), 196–209. <https://doi.org/10.1111/jora.12376>
- Zhao, X., Salehi, N., Naranjit, S., Alwaalan, S., Voids, S., & Cosley, D. (2013). The many faces of facebook: Experiencing social media as performance, exhibition, and personal archive. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI ’13*, 1. <https://doi.org/10.1145/2470654.2470656>