

## PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI OLAHRAGA TERHADAP SELF-PRESENTATION PADA GENERASI Z

Shofila Hilma Faradiana Nandita Putri<sup>1</sup>, Miftakhul Jannah<sup>2</sup>

Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2</sup>

Shofila.22275@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menevaluasi dampak penggunaan aplikasi olahraga terhadap cara individu mempresentasikan diri mereka dalam konteks Generasi Z, yang tumbuh di era digital dan berpotensi untuk menunjukkan identitas mereka melalui platform online. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini melibatkan 136 peserta dari Generasi Z berusia 15-25 tahun yang secara aktif menggunakan aplikasi olahraga berbasis digital. Data dikumpulkan melalui *Self-Presentation Tactics Scale – Assertive* dan skala penggunaan aplikasi olahraga yang dikembangkan oleh Baubonytė dan Deliautaitė, kemudian dianalisis menggunakan JASP dengan pengujian validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, asumsi klasik, dan regresi linear sederhana. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi olahraga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap presentasi diri ( $p < 0.001$ ) dengan kontribusi sebesar 62,2%, menandakan semakin tinggi intensitas penggunaan aplikasi olahraga, maka semakin besar kecenderungan individu menampilkan diri secara aktif di ruang digital. Simpulan, aplikasi olahraga sudah melebihi perannya sebagai sarana kebugaran, berubah menjadi arena sosial dimana pengguna membangun identitas diri.

**Kata kunci:** aplikasi olahraga, self-presentation, Generasi Z, media digital

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to evaluate the impact of sports app use on how individuals present themselves in the context of Generation Z, who grew up in the digital era and have the potential to express their identity through online platforms. Using quantitative methods, this study involved 136 Generation Z participants aged 15-25 who actively used digital-based sports apps. Data were collected using the Self-Presentation Tactics Scale – Assertive, the sports app usage scale developed by Baubonytė and Deliautaitė. Data were then analyzed using JASP with validity, reliability, descriptive analysis, classical assumptions, and simple linear regression tests. The study findings showed that sports app use had a significant positive effect on self-presentation ( $p < 0.001$ ) with a contribution of 62.2%, indicating that the higher the intensity of sports app use, the greater the tendency for individuals to actively present themselves in digital spaces. In conclusion, sports apps have gone beyond fitness tools, transforming into social arenas where users build their identities*

**Keywords:** sports apps, self-presentation, Generation Z, digital media

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa banyak perubahan signifikan dalam hidup masyarakat, termasuk dalam bidang olahraga dan kesehatan. Saat ini banyak aplikasi olahraga berbasis mobile seperti Strava, Nike Training Club, Fitbit, dan sejenisnya semakin populer di kalangan generasi muda. Aplikasi tersebut tidak hanya

berfungsi untuk mencatat aktifitas fisik, melacak kalori, atau memberikan program latihan, tetapi juga memiliki fitur sosial yang memungkinkan pengguna membagikan pencapaian olahraga mereka kepada orang lain melalui feed, komentar, atau integrasi dengan media sosial (Amallia, 2024). Hal ini sejalan dengan bertumbuhnya tren *digital health* yang semakin diminati oleh generasi Z, yang merupakan generasi paling dekat dengan teknologi digital semenjak lahir (Ramdani et al., 2025).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir di zaman yang sangat maju, yaitu zaman dimana internet menjangkau semua segmen masyarakat (Kristyowati, 2021). Di Indonesia, *laporan Digital 2024 Indonesia (We Are Scocial & Meltwater, 2024)* mencatat bahwa 32% pengguna internet Indonesia rutin mengakses aplikasi kesehatan dan kebugaran setiap bulan. Selain itu, survei Katadata Insight (2023), menemukan bahwa lebih dari 40% Gen Z Indonesia menggunakan aplikasi olahraga untuk mendukung gaya hidup sehat. Fakta ini memperkuat bahwa Gen Z sangat familiar dengan platform media sosial dan aplikasi yang berbasis komunitas, termasuk aplikasi olahraga untuk mengekspresikan diri serta membangun identitas sosial. Fitur berbagi progres, leaderboards, dan komunitas daring dalam aplikasi olahraga berfungsi sebagai ruang untuk *self-presentation*. Hal ini menjadi solusi inovatif, dimana pengguna ter dorong untuk menjalani gaya hidup sehat dan aktif serta memperoleh pengakuan dan dukungan dari jaringan sosial (Azhar et al., 2025; Cui & Demetriou, 2024).

Fenomena penggunaan aplikasi olahraga dan *self-presentation* sering ditemui dikalangan remaja dan Gen Z Indonesia. Banyak remaja menampilkan diri secara selektif untuk memperoleh pengakuan sosial, misalnya melalui unggahan aktivitas olahraga yang mendukung citra tubuh sehat dan aktif. Hal ini sejalan dengan penelitian Nasution et al. (2025), yang menunjukkan bahwa Strava cukup populer di kalangan pengguna muda di Medan, serta penelitian Latupeirissa & Wijono (2022), serta Pranata et al. (2023), menyatakan bahwa *self-presentation* di media sosial berkaitan dengan tingkat *self-esteem* dan sifat narsistik di antara mahasiswa serta generasi Z pengguna Instagram di Indonesia. Selain itu, penelitian Mia & Okilanda (2025), misalnya, menemukan bahwa media sosial berkontribusi terhadap peningkatan minat dan partisipasi olahraga generasi muda di Indonesia, namun belum menyentuh aspek psikososial seperti pembentukan citra diri. Penelitian Ariana et al. (2024), juga menyoroti pengaruh konten olahraga di TikTok terhadap kepuasan citra tubuh (*body satisfaction*) generasi Z Indonesia, menandakan adanya keterkaitan antara paparan digital, persepsi tubuh, dan perilaku ekspresif daring. Penelitian menunjukkan bahwa generasi Z memanfaatkan akun media sosial untuk membangun identitas dan *self-presentation*, serta memanfaatkan konten olahraga di platform seperti Instagram sebagai alat promosi dan juga sebagai media untuk menunjukkan gaya hidup yang aktif dan sehat (Alamsyah et al., 2025; Putranto, 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa fenomena pemanfaatan aplikasi olahraga untuk menciptakan citra diri atau *self-presentation* adalah gejala umum yang banyak terlihat di kalangan Gen Z Indonesia, terutama dalam konteks media sosial dan citra tubuh.

Meskipun, masih terdapat kesenjangan penelitian. Sebagian besar penelitian terdahulu di Indonesia lebih berfokus pada pengaruh aplikasi olahraga terhadap motivasi berolahraga dan kesehatan fisik (Aryatama et al., 2024; Simanungkalit et al., 2025). Namun, belum banyak penelitian yang secara langsung mengkaji pengaruh penggunaan aplikasi olahraga terhadap perilaku *self-presentation*, terutama pada konteks generasi Z di Indonesia. Padahal, generasi ini dikenal sangat aktif dalam memanfaatkan platform digital untuk menunjukkan gaya hidup dan pencapaian pribadi mereka. Seperti dijelaskan oleh Heiskanen (2022), media sosial dan aplikasi olahraga seperti *Strava* bukan hanya

alat pencatat aktivitas fisik, tetapi juga ruang untuk memenuhi kebutuhan sosial seperti *belongingness* dan *self-presentation*. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan menghubungkan dimensi penggunaan aplikasi olahraga dan perilaku representasi diri generasi Z di ruang digital.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena masih ada celah penelitian yang belum banyak dibahas. Dengan meneliti pengaruh penggunaan aplikasi olahraga terhadap *self-presentation* pada generasi Z secara kuantitatif, penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai hubungan antara teknologi kesehatan digital dan aspek psikososial remaja. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan praktis bagi pendidik, orang tua, maupun pengembang aplikasi, agar tidak hanya berfokus pada peningkatan kesehatan fisik, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan psikososial generasi muda di Indonesia. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian model presepsi pengguna aplikasi olahraga dengan *self-presentation* generasi Z di Indonesia, yang belum banyak dikaji.

## KAJIAN TEORI

*Self-presentation* adalah upaya seseorang untuk menimbulkan kesan dirinya terhadap orang lain dengan cara menampilkan diri dihadapan orang lain sesuai dengan yang diinginkan. Dalam ranah digital, gen Z sering menggunakan aplikasi berbasis sosial untuk menunjukkan gaya hidup tertentu. Generasi Z yang tumbuh di lingkungan digital menjadikan aktivitas daring sebagai sarana utama untuk mengekspresikan diri, termasuk melalui aktivitas kebugaran yang diunggah di media sosial (Ramdani et al., 2025). Melalui unggahan aktivitas olahraga, mereka membentuk citra sebagai pribadi yang aktif, sehat, dan produktif sebuah bentuk representasi diri yang bernilai dalam budaya digital modern.

Keputusan individu untuk menggunakan aplikasi olahraga dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan teknologis. Menurut Baubonyte & Deliataite (2021), penggunaan aplikasi olahraga dipengaruhi oleh presepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*ease of use*), kegunaan (*usefulness*), keandalan (*reliability*), dan kesenangan (*enjoyment*). Keempat faktor ini menjadi penentu utama niat individu untuk menggunakan aplikasi olahraga. Semakin tinggi persepsi pengguna terhadap keempat faktor ini, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk aktif menggunakan aplikasi olahraga. Penelitian Aryatama et al. (2024) menemukan bahwa teknologi olahraga digital dapat meningkatkan motivasi berolahraga melalui fitur interaktif seperti *goal setting* dan *community support*. Hal ini memperkuat gagasan bahwa aplikasi olahraga bukan hanya alat bantu fisik, tetapi juga media sosial yang menumbuhkan semangat kompetitif dan ekspresi diri.

Dengan demikian, penggunaan aplikasi olahraga digital tidak hanya memengaruhi aspek fisik, tetapi juga aspek psikososial, terutama dalam pembentukan citra diri dan *self-presentation* di kalangan Generasi Z. Aktivitas ini menunjukkan bahwa olahraga digital merupakan bentuk integrasi antara kebugaran jasmani, teknologi, dan identitas sosial yang berkembang di era digital modern.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei kausal untuk menguji pengaruh penggunaan aplikasi olahraga terhadap *self-presentation* pada Generasi Z. Populasi penelitian adalah individu Gen Z yang menggunakan aplikasi olahraga, sedangkan sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling dengan kriteria

berusia 15–25 tahun dan aktif menggunakan aplikasi olahraga. Data dikumpulkan dari 136 responden melalui kuesioner daring berbasis skala Likert 5 poin. Instrumen yang digunakan terdiri dari dua skala, yaitu *Self-Presentation Tactics Scale – Assertive (SPRS)*, dengan lima dimensi, yaitu ingratiation, self-promotion, exemplification, intimidation, dan supplication; serta skala penggunaan aplikasi olahraga yang diadaptasi dari Baubonytė dan Deliautaitė (2021), dengan empat dimensi, yaitu *enjoyment, ease of use, usefulness, dan reliability*.

Sebelum dilakukan analisis utama, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan program JASP versi terbaru. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada kedua variabel memiliki nilai  $r$ -hitung lebih besar dari  $r$ -tabel (0,168) dengan  $p < 0,001$ , sehingga seluruh item dinyatakan valid. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa variabel penggunaan aplikasi olahraga memiliki nilai  $\alpha = 0,763$  dengan interval kepercayaan 95% antara 0,759–0,767, sedangkan variabel self-presentation memiliki nilai  $\alpha = 0,756$  dengan interval kepercayaan 95% antara 0,752–0,760. Nilai interval kepercayaan yang sempit menunjukkan bahwa estimasi reliabilitas instrumen stabil dan dapat dipercaya, karena dengan tingkat keyakinan 95%, nilai reliabilitas di populasi diperkirakan berada dalam rentang tersebut. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Ghazali, nilai  $\alpha$  di atas 0,70 menunjukkan bahwa kedua instrumen reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak JASP, yang mencakup uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif statistik, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear sederhana untuk mengidentifikasi dampak variable bebas terhadap variable terikat. Pemilihan analisis regresi linear sederhana didasarkan pada fokus penelitian yang bertujuan untuk meneliti hubungan langsung antara satu variabel independent dan satu variabel dependen.

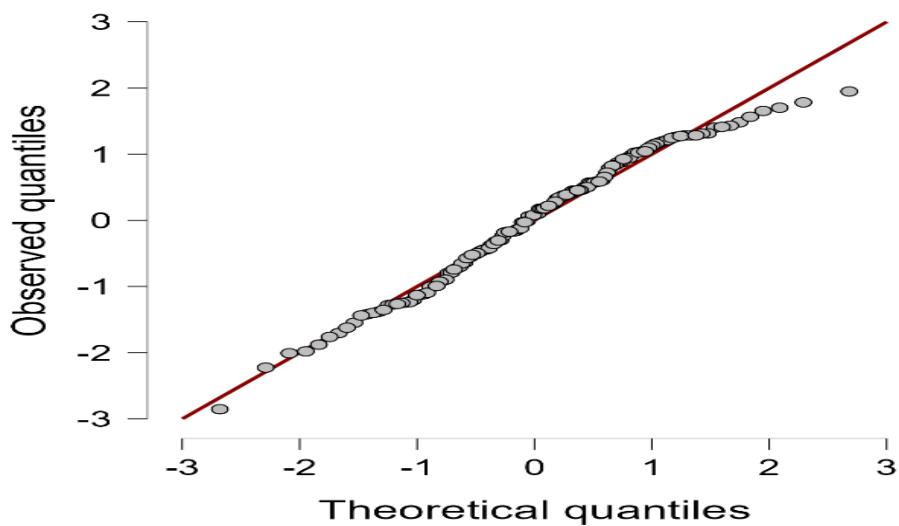
## HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

*Descriptive Statistics*

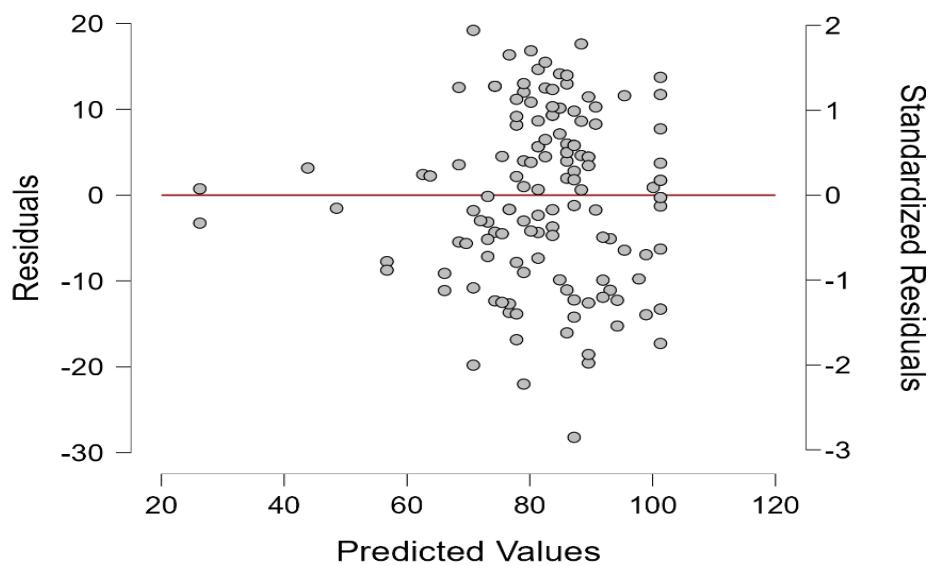
	Penggunaan Aplikasi Olahraga	Self Presentation
Valid	136	136
Missing	0	0
Median	65.000	87.000
Mean	63.706	82.176
Std. Deviation	10.820	16.081
Minimum	16.000	23.000
Maximum	80.000	115.000

Hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa variabel penggunaan aplikasi olahraga memiliki nilai median sebesar 65, mean sebesar 63,706, standar deviasi sebesar 10,820, skor terendah 16 dan skor tertinggi 80. Kemudian, variabel self-presentation memiliki nilai median sebesar 87, mean sebesar 82,176, standar deviasi sebesar 16,081, skor terendah 23 dan skor tertinggi 115.



Gambar 1. Uji Normalitas

Gambar di atas menunjukkan bahwa data bergerak mengikuti pola garis linier dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data residual antara penggunaan aplikasi olahraga dengan self-presentation berdistribusi normal.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas 1

Gambar di atas menunjukkan titik-titik data tersebar secara acak dibawah dan diatas nilai 0 pada sumbu Y, tanpa membentuk pola yang spesifik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Tabel 2. Analisis Regresi

<i>Coefficients</i>		Unstandardized Model	Standard Error	Standardized	t	p
M <sub>0</sub>	(Intercept)	82.176	1.379		59.595	< .001
M <sub>1</sub>	(Intercept)	7.507	5.101		1.472	0.143
	Penggunaan Aplikasi Olahraga	1.172	0.079	0.789	14.847	< .001

Berdasarkan Tabel di atas maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 7,507 + 1,172X$ , Persamaan di atas menunjukkan bahwa:

- Konstanta sebesar 7,507 menunjukkan bahwa apabila penggunaan aplikasi olahraga tidak berpengaruh atau bernilai 0, maka self-presentation akan memiliki skor sebesar 7,507.
- Koefisien regresi variabel penggunaan aplikasi olahraga memiliki nilai positif sebesar 1,172 yang menunjukkan bahwa apabila penggunaan aplikasi olahraga meningkat sebesar 1 satuan maka self-presentation juga akan turun sebesar 1,172 satuan.

Tabel 3. Uji Hipotesis

<i>Coefficients</i>		Unstandardized Model	Standard Error	Standardized	t	p
M <sub>0</sub>	(Intercept)	82.176	1.379		59.595	< .001
M <sub>1</sub>	(Intercept)	7.507	5.101		1.472	0.143
	Penggunaan Aplikasi Olahraga	1.172	0.079	0.789	14.847	< .001

Nilai t hitung yang diperoleh untuk variabel penggunaan aplikasi olahraga memiliki nilai  $p = <0,001$  lebih rendah dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi olahraga berpengaruh signifikan terhadap self-presentation.

Tabel 4. Koefisien Determansi

#### Model Summary - Self Presentation

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	RMSE
M <sub>0</sub>	0.000	0.000	0.000	16.081
M <sub>1</sub>	0.789	0.622	0.619	9.924

Note. M<sub>1</sub> includes Penggunaan Aplikasi Olahraga

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,622 yang menunjukkan bahwa besar kontribusi dari variabel penggunaan aplikasi olahraga terhadap self-presentation mencapai 62,2%. Sedangkan 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Hasil studi ini mengungkapkan bahwa penggunaan aplikasi olahraga memberikan dampak yang bermakna pada *self-presentation* di kalangan Generasi Z. Berdasarkan analisis regresi, diperoleh kontribusi sebesar 62,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin intensif dan berkualitas penggunaan aplikasi olahraga, semakin kuat pula

kecenderungan individu untuk memproyeksikan citra diri yang diharapkan di platform media sosial. Kesimpulan ini sejalan dengan konsep *self-presentation* oleh Goffman (1956), yang menjelaskan bagaimana seseorang secara aktif mengelola impresi kepada orang lain untuk membangun citra diri yang ideal.

Temuan ini juga sesuai dengan penelitian Baubonytè dan Deliautaitè (2021) yang mengidentifikasi empat faktor utama yang mempengaruhi penggunaan aplikasi olahraga yaitu enjoyment, ease of use, dan usefulness, dan reliability. Di Indonesia, Generasi Z tidak hanya menggunakan aplikasi ini untuk aktivitas fisik, tetapi juga sebagai sarana untuk memperlihatkan pola hidup sehat di media sosial. Dengan demikian, aplikasi olahraga ini tidak hanya berfungsi sebagai alat kebugaran, tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan diri secara sosial. Fahmi et al. (2023) menemukan bahwa Gen Z aktif menggunakan media sosial sebagai ruang untuk menunjukkan identitas melalui simbol status, prestasi, penampilan, dan hubungan interpersonal. Interaksi seperti ini memperkuat bahwa self-presentation bukan hanya tentang apa yang seseorang lakukan (misal: olahraga), tetapi juga bagaimana aktivitas tersebut dikomunikasikan atau dipamerkan secara digital.

Temuan ini diperkuat oleh Cui dan Demetriou (2024), yang menunjukkan bahwa fitur-fitur sosial seperti leaderboard (peringkat), achievement badges (tanda capaian), dan komunitas daring (komunitas online) mendorong pengguna untuk menunjukkan angka pencapaian mereka kepada orang lain. Fenomena ini juga dijelaskan oleh penelitian lokal Yuliana et al. (2025), yang menemukan bahwa Generasi Z cenderung menunjukkan diri dengan cara yang sempurna di media sosial sebagai upaya mempertahankan citra yang diinginkan. Dalam konteks aplikasi olahraga, hal ini terlihat melalui unggahan hasil latihan, penghitungan kalori, dan partisipasi dalam komunitas olahraga online.

Selain itu, penelitian Pribadi et al. (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa Generasi Z menggunakan media digital untuk membagikan informasi pribadi dan mendapatkan pujian dari orang lain. Hal ini memperkuat hasil penelitian ini, bahwa penggunaan aplikasi olahraga tidak hanya memengaruhi kebugaran fisik, tetapi juga memainkan peran signifikan dalam membentuk identitas diri dan sosial di dunia digital. Hasil serupa juga ditemukan oleh Sahanaya (2025), yang menekankan bahwa Generasi Z menggunakan media digital untuk membangun identitas berdasarkan pencapaian dan aktivitas yang terlihat oleh publik.

## SIMPULAN

Kesimpulan temuan penelitian memperkuat bahwa aplikasi olahraga sudah melebihi perannya sebagai sarana kebugaran, berubah menjadi arena sosial dimana pengguna membangun identitas diri. Fitur sosial seperti papan peringkat, badge pencapaian, dan komunitas online memainkan peran penting dalam memudahkan pengungkapan diri dan pengakuan sosial. Dengan demikian, penggunaan aplikasi olahraga di era digital berkaitan tidak hanya dengan aktivitas kesehatan fisik, tetapi juga dengan upaya membentuk citra sosial yang positif di hadapan pengguna lain.

## DAFTAR PUTAKA

- Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., & Nugraha, A. (2025). *Second Instagram Accounts: A Study of Generation Z's Self-Identity in Medan*.
- Amallia, R. (2024). Pengaruh penggunaan aplikasi kebugaran terhadap motivasi berolahraga di kalangan mahasiswa. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Digital*, 6(2), 112–124.

- Ariana, H., Almuhtadi, I., & Natania, N. J. (2024). *Influence of TikTok on Body Satisfaction Among Generation Z in Indonesia: Mixed Methods Approach*.
- Aryatama, R., Prasetyo, H., & Wijayanti, S. (2024). *Hubungan antara penggunaan aplikasi kebugaran daring dan motivasi berolahraga pada mahasiswa*. Jurnal Olahraga dan Kesehatan Indonesia, 12(1), 45–56.
- Azhar, F., Rachman, A., & Putri, R. (2025). *Self-presentation melalui aplikasi kebugaran digital di kalangan generasi muda*. Jurnal Komunikasi Digital Indonesia, 4(1), 21–33.
- Baubonytė, S., Deliautaitė, K., Mejerytė Narkevičienė, K., & Valantinė, I. (2021). *The use of sports apps for engaging in physical activity*. Baltic Journal of Sport and Health Sciences.
- Cui, J., & Demetriou, C. (2024). *Gamification and social influence in fitness tracking apps: Impacts on self-presentation and health engagement*. Technology in Society, 72, 102079.
- Fahmi, A. N., Komariah, S., & Wulandari, P. (2023). *Flexing dan personal branding: Analisis konten media sosial Generasi Z di Indonesia*. Jurnal Analisa Sosiologi, 12(2), 88–99.
- Gandana, I., & Oktaviandy, R. (2021). *Social Media Use among Indonesia's Generation Z: A Case of University Students in Bandung*.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. University of Edinburgh Press.
- Heiskanen, E. (2022). *Social Media Usage Among Generation Z in a Sport Event*.
- Katadata Insight Center. (2023). *Survei perilaku digital Gen Z Indonesia 2023*. Katadata.co.id.
- Kristyowati, D. (2021). *Generasi Z dan tantangan pendidikan karakter di era digital*. Jurnal Pendidikan Karakter, 11(2), 145–158.
- Latupeirissa, M., & Wijono, S. (2022). *Hubungan antara self-presentation dan self-esteem pada pengguna Instagram di kalangan mahasiswa Indonesia*. Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi, 7(2), 77–90.
- Lee, S. L., Quigley, B. M., Nesler, M. S., Corbett, A. B., & Tedeschi, J. T. (1999). *Development of a self-presentation tactics scale*. Personality and Individual Differences, 26(4), 701–722.
- Mia, A. S., & Okilanda, A. (2025). *The Influence of Social Media on Sports Interest and Participation in The Young Generation in Indonesia*.
- Nasution, S., Lubis, R., & Hanafiah, A. (2025). *Analisis penggunaan aplikasi Strava pada remaja kota Medan dalam membangun komunitas olahraga daring*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 14(1), 59–71.
- Pranata, C. P. A., Rini, R. A. P., & Pratitis, N. (2023). *The Relationship Between Self-Esteem and Narcissism With Self-Presentation on Social Media Among Generation Z*.
- Pribadi, A., Yenrizal, & Indasari, F. (2023). *Pengungkapan diri Generasi Z melalui media sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa FISIP UIN Raden Fatah Palembang)*. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, 7(1), 65–74.
- Putranto, T. D. (2023). *Paradigm Fitness Indonesia Digital Marketing Communication Through Instagram*.

- Ramdani, M., Fitria, L., & Yuliani, D. (2025). *Tren digital health pada generasi Z: Eksplorasi perilaku penggunaan aplikasi kebugaran dan kesehatan di Indonesia*. Jurnal Psikologi Terapan dan Inovasi, 5(1), 88–103.
- Sahanaya, C. (2025). *Konstruksi identitas sosial melalui komunikasi digital: Studi literatur tentang self-presentation Generasi Z*. JIIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 18(4), 511–523.
- Simanungkalit, E., Widjaja, S., & Hutagalung, A. (2025). *Pengaruh penggunaan aplikasi olahraga daring terhadap peningkatan aktivitas fisik dan kebugaran tubuh pada mahasiswa*. Jurnal Ilmu Keolahragaan, 13(1), 55–67.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Triantoro, D. A., & Pramana, M. A. (2024). *Digital Identities and Aesthetic Expression: Uncovering Young Indonesians Argumentation in Filter Usage on Social Media*.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia report*. DataReportal.
- Yuliana, F., Widyarini, N., & Wibowo, D. S. (2025). Konformitas dan perfectionistic self-presentation pada Generasi Z pengguna media sosial. Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling, 16(3), 115–127.