



The Relationship Between Self-Esteem and Loneliness Among Users of Online Lovers Rental Services on Platform X

Amalia Hasna Fauziyyah¹, Andhita Dyorita Khoiryasdien²

^{1,2}Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Abstract : The phenomenon of online lovers rental on platform X reflects a new way of fulfilling social needs in the digital age. This study aims to determine the relationship between self-esteem and loneliness among users of online lovers rental services on platform X. This study uses a correlational quantitative method with accidental sampling technique. There were 100 participants aged 18-40 years who had used online lovers rental services on platform X. The research instruments used a modified loneliness scale from the UCLA Loneliness Scale Version 3 (29 items, $\alpha = 0.947$) and a modified self-esteem scale from the Coopersmith scale (32 items, $\alpha = 0.916$). Data analysis used the Product Moment correlation technique. The results showed a significant positive relationship between self-esteem and loneliness ($r = 0.263$; $p = 0.008$), which means that the higher the self-esteem of online lovers rental users, the higher the level of loneliness they felt. This contradicts the common assumption that people who are confident and value themselves are not prone to loneliness. This finding reveals the reality in the digital age that numerous virtual connections, including through online lovers rental services, are unable to significantly reduce a person's feelings of loneliness, which leads readers to analyze how virtual intimacy platforms shape users' emotional experiences in the digital era.

Keywords : Loneliness; Self-esteem; Rent-a-lovers; Social media

Hubungan Harga Diri dengan Kesenian pada Pengguna Jasa Rental Pacar Online Platform X

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kesepian pada pengguna jasa rental pacar online di platform X. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan teknik *accidental sampling*. Partisipan penelitian berjumlah 100 orang berusia 18-40 tahun yang pernah menggunakan jasa rental pacar online di platform X. Instrumen penelitian menggunakan skala *loneliness* yang dimodifikasi dari UCLA *Loneliness Scale Version 3* (29 aitem, $\alpha = 0,946$) dan skala harga diri yang dimodifikasi dari skala Coopersmith (32 aitem, $\alpha = 0,916$). Analisis data menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan kesepian ($r = 0,263$; $p = 0,008$), yaitu semakin tinggi harga diri pengguna rental pacar online, semakin tinggi pula tingkat kesepian yang mereka rasakan. Temuan ini mengungkapkan realitas di era digital bahwa koneksi virtual yang banyak, termasuk melalui layanan rental pacar online, ternyata tidak mampu mengurangi rasa kesepian seseorang secara signifikan. Ini bertentangan dengan anggapan umum bahwa orang yang percaya diri dan menghargai dirinya sendiri tidak mudah merasa kesepian. Fenomena rental pacar online di platform X mencerminkan cara baru dalam memenuhi kebutuhan sosial di era digital. Temuan ini mendorong pembaca untuk menelaah bagaimana layanan pasangan virtual mempengaruhi dinamika psikologis individu di era digital.

Kata kunci : Kesenian; Harga Diri; Rental Pacar; Media Sosial

Article history

Received: 21 October 2025

Revised: 20 November 2025

Accepted: 23 December 2025

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution (CC-BY) license



Corresponding Author: Amalia Hasna Fauziyyah ; amaliahasnafau@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, berinteraksi, dan memenuhi kebutuhan sosial mereka. Platform media sosial telah menjadi ruang virtual yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain, berbagi pengalaman, dan menciptakan komunitas berdasarkan kesamaan minat (Badruzaman, 2019). Di Indonesia, penetrasi penggunaan internet mencapai angka yang signifikan, dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa jumlah pengguna jasa internet pada awal tahun 2024 mencapai 79,5% dari keseluruhan penduduk Indonesia. Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter), dengan Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan pengguna X terbesar di dunia dengan total 24,85 juta pengguna per April 2024 (Rizaty, 2024).

Dalam konteks perkembangan teknologi digital yang pesat ini, muncul fenomena yang menarik perhatian, yaitu layanan rental pacar *online*. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pasangan virtual yang disewa melalui platform media sosial, khususnya di aplikasi X. Pengguna dapat berkomunikasi dengan *talent* (penyedia jasa) yang bersedia menyediakan layanan berperan sebagai pasangan mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, mulai dari berperan sebagai pasangan yang romantis hingga sekadar teman berbincang dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini awalnya populer di China pada tahun 2020 melalui aplikasi Bilibil (Yi, 2021) dan kini telah menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia, khususnya di platform X.

Penelitian awal menggunakan wawancara menunjukkan bahwa mayoritas pengguna jasa rental pacar *online* menggunakan layanan ini karena berbagai alasan. Hasil wawancara awal menemukan beberapa pengguna yang menyebutkan bahwa mereka merasa terlindungi dalam hal privasi, dapat menyesuaikan layanan sesuai keinginan mereka, dan yang paling signifikan, mereka merasa berkurang kesepiannya setelah menggunakan jasa ini. Pengguna menggambarkan pengalaman mereka dengan *talent online* sebagai berbicara dengan "orang asing yang aman", seseorang yang mendengarkan cerita mereka tanpa risiko informasi tersebar ke lingkungan sosial terdekat mereka. Pola penggunaan ini menunjukkan bahwa kesepian menjadi salah satu faktor utama yang mendorong penggunaan layanan rental pacar *online*.

Menurut Russel kesepian merupakan pengalaman emosional dan kognitif yang terjadi ketika terdapat ketidaksesuaian antara kualitas hubungan sosial yang diinginkan dengan hubungan sosial yang sebenarnya dialami (Zahrabella & Herdajani, 2023). Adapun aspek-aspek kesepian menurut Russell, yaitu *personality* (kepribadian), *depression* (depresi), dan *social desirability* (keinginan sosial) (Asmarany & Syahlai, 2019). Fenomena ini semakin menjadi perhatian dalam konteks era digital, karena meskipun individu terhubung dengan banyak orang melalui media sosial, mereka tetap dapat mengalami perasaan terasing dan tidak terhubung secara bermakna (Bnirostam & Saberi, 2017). Masalah kesepian ini juga dialami oleh remaja di Indonesia, di mana Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, Wihaji, menyatakan bahwa 20 persen remaja Indonesia mengalami kesepian (Junior, 2025). Kesepian bukan sekadar kekurangan interaksi sosial, tetapi merupakan persepsi subjektif individu tentang kualitas dan kedalaman hubungan mereka. Secara umum, terdapat tiga faktor yang dapat menyebabkan kesepian, antara lain faktor psikologis seperti menurunnya harga diri yang disertai munculnya emosi negatif, faktor budaya dan situasional berupa perubahan gaya hidup, serta faktor spiritual (Fitriana dkk., 2021).

Selain kesepian, harga diri juga merupakan variabel psikologis yang penting dalam memahami perilaku individu di era digital. Harga diri menurut Coopersmith (1967) adalah evaluasi dan kebiasaan memandang diri sendiri yang dilakukan oleh individu, terutama sikap penerimaan, penolakan, dan indikator tingkat keyakinan individu terhadap kemampuan, kesuksesan, dan nilai dirinya (Zahrabella & Herdajani, 2023). Adapun aspek-aspek harga diri menurut Coopersmith adalah *virtue* (ketaatan individu), *significance* (keberartian diri), *power* (kekuatan individu), dan *competence* (kompetensi) (Maya dkk., 2018). Harga diri dibangun melalui interaksi seseorang dengan

lingkungannya dan dari penerimaan, penghargaan, serta perlakuan diri dengan orang lain (Julianto dkk., 2020).

Literatur psikologi menunjukkan hasil yang beragam mengenai hubungan antara harga diri dengan kesepian. Beberapa penelitian menemukan hubungan negatif antara dua variabel tersebut, seperti (Yurni, 2017) yang menemukan bahwa mahasiswa yang merasakan kesepian cenderung memiliki harga diri rendah, dan penelitian (Christy, 2018) yang menunjukkan bahwa siswa dengan tingkat kesepian tinggi memiliki harga diri yang rendah. Di sisi lain, terdapat sebuah penelitian yang tidak menemukan hubungan antara harga diri dan tingkat kesepian pada calon konselor sekolah pengguna sosial media (IBILI & Billinghamurst, 2019). Sementara itu, peneliti lain yang mencari hubungan antara kedua variabel yang sama justru menemukan hubungan positif, di mana mahasiswa pengguna media sosial dapat merasakan kesepian meskipun memiliki harga diri yang tinggi (Hasbiah dkk., 2023).

Penelitian mengenai harga diri dan kesepian memang sudah banyak dilakukan, namun penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan kedua variabel ini pada pengguna jasa rental pacar *online* di Platform X sebagai fenomena digital *intimacy* di Indonesia belum ditemukan. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian yang menyoroti dinamika psikologis pada kelompok pengguna layanan ini, di mana kebaruan penelitian terletak pada konteks populasi yang unik yaitu pengguna layanan rental pacar *online* yang belum pernah menjadi subjek eksplorasi hubungan harga diri dan kesepian dalam literatur Indonesia. Untuk itu, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi hubungan antara harga diri dengan kesepian pada pengguna jasa rental pacar *online* di platform X, yang diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang dinamika psikologis pengguna layanan digital yang berfokus pada pencarian intimasi, berkontribusi pada pengembangan intervensi psikologis yang lebih efektif bagi individu yang mengalami kesepian di era digital, serta mengisi kesenjangan dalam literatur psikologi sosial tentang fenomena yang masih relatif jarang diteliti di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional untuk menguji hubungan antara harga diri dan kesepian pada pengguna layanan rental pacar *online* di platform X. Desain penelitian yang diterapkan adalah penelitian korelasional yang bertujuan menganalisis keterkaitan antara dua variabel, yaitu harga diri sebagai variabel bebas dan kesepian sebagai variabel terikat pada pengguna jasa rental pacar *online* di platform X.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa rental pacar *online* di platform X. Mengingat sulitnya mengidentifikasi jumlah populasi secara pasti, peneliti menggunakan teknik *sampling non-probability* dengan metode *accidental sampling*. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus Lemeshow dengan parameter estimasi maksimal 50%, tingkat signifikansi 95% ($z = 1,96$), dan margin of error 10% ($d = 0,1$). Hasil perhitungan menunjukkan $n = 96,04$ yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Adapun kriteria inklusi sampel meliputi (1) rentang usia 18-40 tahun, (2) memiliki pengalaman menggunakan jasa rental pacar *online* di platform X setidaknya satu kali, (3) bersedia secara sukarela mengisi instrumen penelitian.

Instrumen pengukuran kesepian dimodifikasi dari UCLA *Loneliness Scale Version 3* hasil pengembangan Daniel W. Russell (1996). Skala tersebut memuat 29 butir pernyataan dengan empat pilihan respons: Tidak Pernah (skor 1), Jarang (skor 2), Kadang-kadang (skor 3), dan Selalu (skor 4). Berdasarkan uji psikometri, seluruh 29 butir memiliki koefisien validitas $> 0,3$ dengan reliabilitas sebesar 0,947. Sementara itu, pengukuran harga diri memodifikasi skala harga diri Coopersmith yang telah dimodifikasi oleh Rokhmatica & Muslikah (2024). Instrumen ini berisi 32 butir pernyataan dengan empat opsi jawaban: Sangat Tidak Sesuai (skor 1), Tidak Sesuai (skor 2), Sesuai (skor 3), dan Sangat Sesuai (skor 4). Hasil pengujian menunjukkan 32 butir memenuhi standar validitas $> 0,3$ dengan koefisien reliabilitas 0,916.

Proses pengumpulan data berlangsung secara *online* melalui platform X selama periode Agustus-September 2025. Peneliti melakukan pendekatan kepada berbagai komunitas pengguna

rental pacar *online* di platform X dan mendistribusikan link survei yang telah dibuat menggunakan *Google Form*. Sebelum pengisian kuesioner, responden terlebih dahulu diberikan *informed consent* yang memuat penjelasan mengenai tujuan riset, jaminan kerahasiaan informasi, serta kebebasan untuk menolak partisipasi. Responden yang menyetujui partisipasi diminta melengkapi informasi demografis (usia, jenis kelamin, durasi penggunaan layanan) kemudian melanjutkan dengan mengisi kedua skala pengukuran secara menyeluruh. Sebanyak 100 responden berhasil menyelesaikan dan mengembalikan kuesioner dengan lengkap. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan software IBM SPSS 21 untuk menguji hubungan korelasional antara variabel harga diri dan kesepian pada pengguna jasa rental pacar *online* di platform X.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala harga diri dan kesepian yang diberikan kepada 100 pengguna jasa rental pacar *online* di platform X dengan demografi responden sebagai berikut:

Tabel 1. Demografi Responden Penelitian

Variabel	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	75	75%
Laki-laki	25	25%
Usia		
18 Tahun	2	2%
19 Tahun	4	4%
20 Tahun	13	13%
21 Tahun	25	25%
22 Tahun	23	23%
23 Tahun	13	13%
24 Tahun	4	4%
25 Tahun	9	9%
26 Tahun	1	1%
27 Tahun	3	3%
28 Tahun	1	1%
29 Tahun	1	1%
30 Tahun	1	1%
Lama Penggunaan Jasa		
0 – 1 Tahun	31	31%
1 – 2 Tahun	56	56%
2 – 3 Tahun	11	11%
>3 Tahun	2	2%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel demografi di atas, mayoritas responden adalah perempuan (75%) dengan rasio 3:1 terhadap laki-laki (25%). Rentang usia responden bervariasi dari 18-30 tahun, dengan dominasi pada usia 21-22 tahun. Lama penggunaan jasa didominasi rentang 1-2 tahun (56%), diikuti 0-1 tahun (31%), 2-3 tahun (11%), dan lebih dari 3 tahun (2%).

Berdasarkan data yang sudah dianalisis, berikut kategorisasi tingkat harga diri pada 100 responden:

Tabel 2. Kategorisasi Tingkat Harga Diri

Skor Interval	Kategori	Frekuensi	%
100,66	Tinggi	48	48%
76,33 – 100,65	Sedang	40	40%
76,32	Rendah	12	12%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa kategorisasi menghasilkan 48 orang (48%) pengguna jasa rental pacar *online* di platform X memiliki harga diri tinggi, 40 orang (40%) pengguna

jasa rental pacar *online* di platform X memiliki harga diri sedang, dan 12 orang (12%) pengguna jasa rental pacar *online* di platform X memiliki harga diri rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki harga diri tinggi.

Berdasarkan data yang sudah dianalisis, berikut kategorisasi tingkat kesepian pada 100 responden:

Tabel 3. Tabel Kategorisasi Tingkat Kesepian

Skor Interval	Kategori	Frekuensi	%
95	Tinggi	50	50%
77 – 94	Sedang	33	33%
76	Rendah	17	17%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa kategorisasi menghasilkan 50 orang (50%) yang menggunakan jasa rental pacar *online* di platform X memiliki kesepian tinggi, 33 orang (33%) pengguna jasa rental pacar *online* di platform X memiliki kesepian sedang, dan 17 orang (17%) pengguna jasa rental pacar *online* di platform X memiliki kesepian rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kesepian tinggi.

Uji Normalitas

Tabel 4. Tabel Uji Normalitas

Variabel	Indeks Normalitas	Sig (p)	Keterangan
Data Residual	1,352	0,052	Data Terdistribusi Normal

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Kolmogrov-Smirnov* dari data residual adalah 0,052 dengan indeks normalitas sebesar 1,352. Hasil ini menunjukkan bahwa aitem terdistribusi normal karena $p = 0,052 > 0,05$.

Uji Linearitas

Tabel 5. Tabel Uji Linearitas

Variabel	Linearity		Deviation of Linearity		Keterangan
	F	Sig (p)	F	Sig (p)	
Harga Diri* <i>Loneliness</i>	8,316	0,005	1,358	0,142	Linear

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai $p(F_{\text{linearity}}) = 0,005 < 0,05$ dan $p(\text{Deviation from linearity}) = 0,142 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan dan tidak terdapat penyimpangan dari linieritas.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Tabel Uji Hipotesis *Product Moment*

Variabel	Koefisien Korelasi (r)	Sig (2-tailed)	Keterangan
Harga Diri* <i>Loneliness</i>	0,263	0,008	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara variabel harga diri dengan *loneliness*. Hal ini dilihat dari nilai koefisien korelasi $r = 0,263$ dan nilai signifikansi $p = 0,008$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri semakin tinggi pula *loneliness* yang dirasakan pengguna jasa rental pacar *online* di platform X.

Tabel 7. Tabel Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square
Harga Diri*Loneliness	0,263	0,069

Kekuatan hubungan dapat dilihat dari hasil perhitungan koefisien determinasi (*r square*), yang dalam penelitian ini hasil koefisien determinasinya berada di angka 0,069 (6,9%). Angka ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah dan positif antar harga diri dengan kesepian.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kesepian pada pengguna jasa rental pacar *online* di platform X. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut, dengan koefisien korelasi $r = 0,263$ dan signifikansi $p = 0,008$ ($p < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi harga diri seseorang, semakin tinggi pula tingkat kesepian yang dirasakan oleh pengguna jasa rental pacar *online* di platform X. Sebaliknya, semakin rendah harga diri, semakin rendah pula tingkat kesepian yang dirasakan.

Hasil analisis koefisien determinasi (*r square*) menunjukkan bahwa variabel harga diri memberikan sumbangan pengaruh sebesar 6,9% terhadap variabel kesepian. Angka tersebut relatif kecil, yang berarti bahwa harga diri bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi kesepian pada pengguna jasa rental pacar *online*. Masih terdapat 93,1% varians lain dalam kesepian yang dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kepribadian individu, kualitas dukungan sosial dari keluarga dan teman, pengalaman trauma atau luka emosional, faktor budaya dan situasional, serta dimensi spiritual (Fitriana dkk., 2021; Negara dkk., 2023).

Temuan penelitian ini mengungkapkan pola hubungan yang bertolak belakang dengan prediksi hipotesis awal. Berbeda dengan ekspektasi teoritis yang menyatakan bahwa harga diri rendah akan diikuti dengan tingkat kesepian yang tinggi, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna jasa rental pacar *online* di platform X memiliki karakteristik psikologis yang berbeda dan menyimpang dari populasi umum yang telah diteliti sebelumnya.

Pengguna jasa rental pacar *online* dengan harga diri tinggi kemungkinan menggunakan layanan ini bukan karena merasa tidak layak untuk mendapatkan hubungan, tetapi karena layanan alasan praktis dan situasional, seperti keinginan untuk menghindari risiko emosional, mencari privasi, atau menginginkan kontrol penuh atas suatu interaksi. Namun, meskipun mereka memiliki harga diri yang tinggi, penggunaan layanan tersebut tetap membuat mereka merasakan kesepian karena keterbatasan kedalaman hubungan yang dapat dibangun melalui media digital.

Hubungan positif pada penelitian ini juga dapat terjadi karena pengguna jasa rental pacar *online* dengan harga diri yang tinggi memiliki ekspektasi yang berlebih terhadap kualitas hubungan dan interaksi sosialnya. Mereka percaya dengan nilai dan kemampuan diri mereka, sehingga ketika mereka tidak dapat membangun hubungan yang bermakna dalam kehidupan nyata yang sesuai dengan ekspektasinya, perasaan kesepian dapat muncul didalam dirinya. Hal ini sejalan dengan definisi kesepian menurut Perlman, yaitu adalah pengalaman subjektif dan tidak menyenangkan yang dialami seseorang ketika eskpetasi antar pribadinya tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya mereka alami (Zahrabella & Herdajani, 2023).

Temuan hubungan positif pada harga diri dan kesepian dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hasbiah, Abdillah, dan Nugraha (2023) yang menemukan hubungan positif antara harga diri dengan kesepian pada mahasiswa pengguna sosial media sosial. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa semakin tinggi harga diri pada pengguna media sosial, semakin tinggi pula tingkat kesepian yang mereka alami. Kemungkinan hal ini terjadi karena orang dengan harga diri tinggi sering merasa percaya diri berlebihan dan menganggap diri mereka sebagai yang terbaik dalam berinteraksi sosial. Namun, ketika ekspektasi ini tidak sejalan dengan kenyataan yang mereka alami, hal tersebut dapat memicu kesepian (Baron & Byrne, 2012; Wisesa & Purwandari, 2024).

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan loneliness pada pengguna jasa rental pacar online di platform X ($r = 0,263$; $p = 0,008$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri seseorang, semakin tinggi pula tingkat loneliness yang dirasakan. Harga diri memberikan kontribusi sebesar 6,9% terhadap loneliness, mengindikasikan bahwa masih terdapat 93,1% faktor-faktor lain seperti kepribadian, dukungan sosial, trauma masa lalu, dan faktor spiritual yang turut mempengaruhi kesepian pada pengguna jasa ini. Mayoritas responden memiliki harga diri dan tingkat loneliness yang tinggi, dengan durasi penggunaan layanan didominasi rentang 1-2 tahun (56%), menandakan bahwa penggunaan jasa ini telah menjadi kebiasaan yang cukup stabil. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna dengan harga diri tinggi menggunakan layanan rental pacar online bukan karena merasa tidak layak mendapatkan hubungan, tetapi karena alasan praktis seperti menghindari risiko emosional atau menginginkan kontrol penuh atas interaksi. Namun, keterbatasan kedalaman hubungan yang terbangun melalui platform digital tetap menyebabkan mereka merasakan kesepian, yang menunjukkan bahwa layanan rental pacar online tidak sepenuhnya mengatasi permasalahan kesepian yang dialami pengguna, melainkan hanya memberikan solusi sementara yang tidak menyentuh kebutuhan fundamental akan hubungan sosial yang otentik, bermakna, dan mendalam. Sehingga penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi faktor-faktor psikologis lain seperti regulasi emoji, motif penggunaan, dan kualitas hubungan *online*.

REFERENSI

- Asmarany, A. I., & Syahlaa, N. S. (2019). Hubungan Loneliness Dan Problematic Internet Use Remaja Pengguna Sosial Media. *Sebatik*, 23(2), 387–391. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v23i2.787>
- Badruzaman, D. (2019). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa,. *Solo, cakra books*, 2014. 3, 135–152.
- Bnirostam, T., & Saberi, H. (2017). Study of Loneliness and Identity Styles Among Internet Addicted Students in Faculty Of Engineering, Islamic Azad University, Central Tehran Branch. *Emerging Science Journal*, 1(2), 82–88. <https://doi.org/10.28991/esj-2017-01119>
- Christy, G. J. (2018). Hubungan Antara Kesepian Dengan Harga Diri pada Pelajar yang Menggunakan Media Sosial Facebook di SMP Negeri 6 Cibitung. Bhayangkara Jakarta Raya University.
- Fitriana, E., Sari, R. P., & Wibisono. (2021). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Tingkat Kesepian pada Lansia. *Nusantara Hasana Journal*, 1(5), 97–104.
- Hasbiah, U., Abdillah, R., Corsini, A., & Nugraha, A. C. W. (2023). Harga Diri dan Kesepian pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial. *Journal on Education*, 05(04), 15471–15479.
- IBILI, E., & Billingham, M. (2019). The Relationship between Self-Esteem and Social Network Loneliness: A Study of Trainee School Counsellors. *Malaysian Online Journal of Educational Technology*, 7(3), 39–56. <https://doi.org/10.17220/mojet.2019.03.004>
- Julianto, V., Cahayani, R. A., Sukmawati, S., & Saputra, E. (2020). Hubungan antara Harapan dan Harga Diri Terhadap Kebahagiaan pada Orang yang Mengalami Toxic Relationship dengan Kesehatan Psikologis. *Jurnal Psikologi Integratif Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga*, 8, 2020–2103. <https://doi.org/10.14421/jpsi.v8i1.2016>
- Junior, M. A. M. (2025). 20 Persen Remaja Indonesia Kesepian, Berisiko Punya Masalah Kesehatan Mental Saat Dewasa. *Tribunnews*, 1–2. <https://www.tribunnews.com/nasional/2025/08/14/20-persen-remaja-indonesia-kesepian-berisiko-punya-masalah-kesehatan-mental-saat-dewasa>
- Maya, Dinda, S., & Thahroni. (2018). Hubungan antara Keterlibatan Ayah Dengan Harga Diri pada Remaja Laki-Laki. *Psychopolitan*, 1(1), 1–35.
- Negara, A. N. C., Lyona, A., Dalimunthe, M., Iswinarti, & Karmiyati, D. (2023). Faktor Kesepian pada Remaja: Tinjauan Sistematis. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(4), 858–866.
- Rizaty, M. A. (2024, July 24). Daftar Negara Pengguna X Terbanyak di Dunia per April 2024, Indonesia Keempat. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/daftar-negara-pengguna-x-terbanyak-di-dunia-per-april-2024-indonesia-keempat>

- Wisesa, P. M., & Purwandari, E. (2024). Self-Esteem and Loneliness : A Meta-Analysis Study. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(2), 144–160. <https://doi.org/10.23917/sosial.v5i2.6674>
- Yi, K. (2021). *Virtual Boyfriend Services Going Viral in China*. China Marketing Insights.
- Yurni. (2017). Perasaan Kesepian dan Self-Esteem pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 15(4), 123–128. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v15i4.134>
- Zahrabella, S., & Herdajani, F. (2023). Hubungan Harga Diri dan Kesepian dengan Keterbukaan Diri pada Content Creator TikTok di Jakarta Barat. *Psikoborneo*, 3(1), 144–152. <https://doi.org/10.37817/psikologikreatifinovatif.v3i1.2153>