

# Kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok di masa pandemi: Studi korelasi

Citra Mutiara Dewi, Almadian Septiana Putri, Muhammad Panji Zamza Nugraha, dan Aniq Hudyah Bil Haq  
Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah, Kalimantan Timur – Indonesia

Korespondensi: ahbh186@umkt.ac.id

Diserahkan  
Diterima

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri seseorang dengan intensitas penggunaan media sosial tiktok di Masa Pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subjek sebanyak 98 orang responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Skala yang digunakan adalah Skala Kepercayaan diri dan Skala Intensitas Penggunaan Media sosial. Analisis data menggunakan teknik korelasi Product moment. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kepercayaan diri seseorang dengan intensitas penggunaan media sosial tiktok di Masa Pandemi. Berdasarkan data kualitatif dapat diketahui bahwa alasan seseorang menggunakan media sosial tiktok adalah karena selama pandemi jenuh berada di rumah, kebanyakan responden adalah penikmat video yang ada di tiktok dan hanya 4% dari responden yang aktif mengunggah video di Tiktok. Media sosial adalah sarana yang paling banyak digunakan remaja untuk terkoneksi dengan dunia sekitarnya dan juga berkefektifitas mengembangkan minat dan bakat, di masa pandemi ini banyak remaja yang belajar dari rumah sehingga lebih banyak pula menghabiskan waktu di depan smartphone ataupun Laptop sehingga penting bagi orang tua untuk mengawasi anak-anaknya dan tetap membangun komunikasi yang baik dengan anak-anaknya.

**Abstract.** This study aims to determine the relationship between a person's self-confidence and the intensity of the use of TikTok social media during the Pandemic. This study used a quantitative approach with 98 respondents as the subject. The sampling technique used was purposive random sampling. The scale used is the Confidence Scale and the Intensity Scale of Using Social Media. Data analysis using Product moment correlation technique. The results of this study indicate that there is no relationship between a person's self-confidence and the intensity of social media use of TikTok during the Pandemic Period. Based on qualitative data, it can be seen that the reason someone uses TikTok social media is because during the pandemic they are bored at home, most respondents are connoisseurs of videos on TikTok and only 10% of respondents actively upload videos on TikTok. Social media is the medium most used by teenagers to connect with the world around them and also to develop creativity in developing interests and talents, during this pandemic, many teenagers learn from home so that they spend more time in front of smartphones or laptops so it is important for parents to supervise their children -children and continue to build good communication with their children.

Kata kunci: pandemi, kepercayaan diri, tiktok

## 1. Pendahuluan

COVID-19 disebabkan oleh SARS-CoV-2, dan telah memicu pandemi di seluruh dunia. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), per 3 Mei 2020, terdapat 3.349.786 kasus dan 238.628 kematian secara global, di mana 1.093.880 kasus dan 62.406 kematian telah terjadi di Amerika Serikat (AS) dan sampai dengan tanggal 31 Januari 2021 sudah mencapai 103 juta kasus di dunia dan di Indonesia

sendiri mencapai 1,08 Juta Kasus (Sumber: WHO). Dampak yang terjadi karena pandemi ini meliputi berbagai aspek kehidupan dari mulai pendidikan, ekonomi sampai permasalahan psikologis. Hampir seluruh anak di dunia tidak pergi ke sekolah dan menggunakan sistem online dalam proses belajar mengajar, namun dalam proses belajar secara online pasti diawali dengan berbagai macam permasalahan seperti orang tua yang tidak pandai mengoperasikan media online hingga anak yang kurang terkontrol karena belajar tidak langsung tatap muka (Atsani, Lalu Gede M Z, 2020). Permasalahan lainnya adalah secara ekonomi banyak masyarakat yang tidak dapat bekerja di masa pandemic sehingga kegiatan perekonomian menjadi menurun.

Masyarakat mulai mengurangi kegiatan di luar rumah, dan lebih banyak menghabiskan waktu secara online, sehingga dapat dikatakan meningkatnya penggunaan media sosial berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), internet traffic di Indonesia meningkat 15-20% di masa pandemi, dan 47% masyarakat lebih lama mengakses media sosial dibandingkan saat sebelum masa pandemi (Apjii.or.id). Media sosial sendiri memiliki manfaat sebagai alat komunikasi yang dapat menghubungkan antara individu dengan individu lain, menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi, tidak terbatas ruang dan waktu serta dapat di gunakan dimana saja. Salah satu yang sering digunakan dan menjadi populer saat ini adalah aplikasi TikTok, yaitu aplikasi pembuat video pendek yang berdurasi 15-60 detik, aplikasi ini adalah buatan dari Tiongkok yang sudah sangat mendunia.

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan bahaya dari visus corona (Basch, Hillyer, & Jaime, 2020), selain itu juga TikTo menjadi aplikasi yang banyak digunakan sebagai media pemasaran untuk usaha mandiri (Khasanah, Samsiana, & Handayanto, 2020), dua hal ini dapat dikatakan sebagai faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan pengguna aplikasi TikTok. Faktor lain yang menyebabkan terjadinya peningkatan penggunaan media sosial TikTok di masyarakat selama pandemi adalah dikarenakan adanya kebutuhan untuk hiburan diketahui bahwa tingkat kecemasan dan depresi pada pandemi covid-19 meningkat tajam, dari 1.522 orang responden terdapat 64,3% mengalami tingkat kecemasan dan depresi, dengan responden terbanyak dari perempuan. 3,4 % dari 147 subjek penelitian yang di lakukan oleh Hasanah, Fitri, Supardi, & PH, (2020) mengalami depresi berat selama pandemi. Aplikasi Tiktok selain memiliki manfaat positif namun juga pastinya memiliki manfaat negatif seperti banyaknya para remaja yang suka bergoyang tidak wajar, terkadang juga banyak anak-anak yang digunakan sebagai model dalam video yang menirukan orang dewasa, hal negatif lainnya adalah terkadang di dalam video tersebut banyak video yang tidak pantas (Batoebara, 2020).

Berdasarkan data pengguna aplikasi Tiktok diketahui bahwa usia 14-24 tahun adalah usia yang mendominasi aplikasi ini atau disebut dengan Gen Z dan Gen Y. Di usia 14-24 mereka adalah remaja yang dalam usia sekolah (Rakhmayanti, 2020). Media sosial sebagian besar penggunaanya berasal dari kalangan remaja usia sekolah, terlebih lagi saat pandemi anak-anak sekolah lebih banyak waktunya digunakan untuk sekolah online sehingga hal ini yang menyebabkan pengguna TikTok meningkat di masa Pandemi. Usia remaja adalah usia yang penuh dengan coba-coba, peningkatan kreatifitas, perubahan bentuk fisik yang mengarah pada kedewasaan dan juga dari perkembangan sosial remaja ingin selalu diakui di lingkungannya. Remaja juga mudah sekali terbawa dengan tren yang terjadi di masyarakat. Dalam tugas perkembangan remaja salah satunya adalah pengembangan konsep-konsep kepercayaan diri. Kepercayaan diri menurut Santrock (2003) adalah sebagai sebuah media penilaian terhadap diri seseorang. Kepercayaan diri (*self-confidence*) merupakan percaya pada kemampuan dan penilaian diri sendiri untuk dapat melakukan suatu pekerjaan serta mencari keefektifan pendekatan yang diperlukan (Adawiyah, 2020). Aspek-aspek dari kepercayaan diri adalah keyakinan akan kemampuan diri, optimism, objektif dalam memandang suatu permasalahan, tanggung jawab dan rasional.

Media sosial adalah kelompok aplikasi yang berbasis internet dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web versi 2.0 yang mungkin terciptanya website yang interaktif. Media sosial merupakan

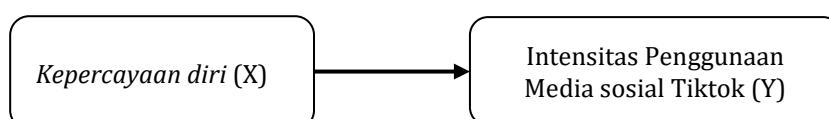
media online yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, saling berbagi, dan menciptakan isi di dalamnya, media sosial dalam penelitian akan lebih difokuskan pada aplikasi TikTok, dimana menurut Aziz, (2020) Intensitas penggunaan media sosial merupakan kuantitas perhatian dan ketertarikan seseorang dalam menggunakan media sosial dilihat dari kedalaman atau kekuatannya dalam menggunakan media sosial. Teori intensitas penggunaan merupakan tingkat kedalaman dan kekuatan sikap (mutu) dalam menggunakan atau memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi waktu (dalam satuan ukur jam) dan jumlah ulangan/frekuensi (dalam kurun waktu satu hari). Aspek-aspek dalam Intensitas penggunaan media sosial Tiktok adalah perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi (Ardari, 2016).

Berdasarkan Penelitian (Annisa, Yuliadi, & Nugroho, 2020) diketahui bahwa ada hubungan yang signifikan negatif antara tingkat kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa, hal ini didasarkan bahwa seseorang dengan kepercayaan diri yang tinggi lebih mempertahankan komunikasi secara langsung dan menyampaikan pesan-pesan cenderung secara langsung dan bukan perantara media sosial. Dalam penelitian Adawiyah (2020) hasil penelitian mengungkapkan terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial TikTok terhadap kepercayaan diri remaja yaitu sebesar 54,5%, remaja yang aktif menggunakan TikTok memiliki kepercayaan diri yang baik, hal ini sejalan dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok dapat meningkatkan tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa komunikasi (Palupi, Meifilina, Dyan, & Harumike, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri seseorang dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok di Masa Pandemi, karena di masa Pandemi terjadi peningkatan penggunaan aplikasi TikTok, sehingga dirasa penelitian ini cukup penting untuk dilakukan. Penelitian sebelumnya tidak ada yang membahas mengenai media sosial TikTok. Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial tiktok di masa pandemi.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian yaitu pendekatan korelasi, seperti yang dimodelkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian

Definisi Kepercayaan diri yaitu merupakan suatu cara yang digunakan oleh manusia untuk menunjukkan sebuah kemampuan yang ada pada diri sendiri, namun masih dengan dibawah norma-norma yang berlaku (Ardari, 2016), berdasarkan pengertian tersebut maka penulis mengoperasionalkan kepercayaan diri sebagai suatu bentuk keyakinan untuk mengaktualisasikan diri dengan potensi yang dimiliki untuk mencapai suatu tujuan hidup dengan cara menilai diri sendiri secara positif, Skala yang digunakan adalah skala kepercayaan diri dari Ardari (2016) yang sudah dimodifikasi oleh peneliti. Kepercayaan diri subjek dapat dilihat dari skor total pada skala dimana semakin tinggi skor maka menunjukkan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri subjek, semakin rendah skor maka menunjukkan semakin rendah pula tingkat kepercayaan diri subjek. Skala Kepercayaan diri terdiri dari 27 item dengan reliabilitas *alpha* dari *cronbach* dengan koefisien korelasi sebesar 0.922.

Definisi Intensitas penggunaan media sosial TikTok dapat diartikan sebagai kuantitas perhatian dan ketertarikan seseorang dalam menggunakan media sosial TikTok dilihat dari kedalaman atau

kekuatannya dalam menggunakan media sosial TikTok. Definisi oprasional dari intensitas penggunaan media sosial Tiktok adalah tingkat kedalaman dan kekuatan sikap (mutu) memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi dan frekuensi. Skala yang digunakan adalah skala intensitas penggunaan media sosial tiktok dari Ardari (2016) yang sudah dimodifikasi oleh peneliti sesuai dengan konteks media sosial TikTok. Intensitas penggunaan media sosial TikTok subjek dapat dilihat dari skor total pada skala dimana semakin tinggi skor maka menunjukkan semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial TikTok, semakin rendah skor maka menunjukkan semakin rendah pula intensitas penggunaan media sosial TikTok. Skala Kepercayaan diri terdiri dari 16 item dengan reliabilitas *alpha* dari *cronbach* dengan koefisien korelasi sebesar 0.929.

Populasi dalam penelitian ini merupakan remaja yang menggunakan aplikasi atau media sosial TikTok dengan cakupan wilayah penelitian adalah seluruh Indonesia. Berdasarkan karakteristik populasi tersebut, maka penelitian ini menggunakan populasi infinit atau jumlah individu yang tidak terhingga atau tidak diketahui pasti. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau skala dan didistribusikan secara *online*.

### 3. Hasil

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 98 orang yang memiliki karakteristik yaitu remaja dan dewasa awal dengan usia 18-24 tahun. Subjek laki-laki sebanyak 19 orang dan perempuan sebanyak 79 orang. 12.25 % adalah siswa SMA dan 87.7% adalah mahasiswa. Peneliti melakukan analisis data dengan teknik korelasi product moment untuk melihat hubungan antara variabel kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok. Untuk itu sebelum melakukan uji hipotesis perlu dilihat normalitas dan lineritas dari kedua variabel ini.

Uji normalitas penelitian ini menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov dengan melihat nilai signifikansi. Data dengan nilai signifikansi atau  $p > 0.05$ , berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini pada skala kepercayaan diri memiliki nilai signifikansi  $p$  sebesar  $0.786 > 0.05$  yang artinya data terdistribusi secara normal. Pada skala intensitas penggunaan media sosial TikTok memperoleh nilai signifikansi  $p$  sebesar  $0.235 > 0.05$  yang artinya data terdistribusi secara normal. Lebih lengkapnya dapat dilihat di Tabel.1

Tabel 1. Hasil uji normalitas.

Variabel	Kolmogrof-Smirnov			Ket
	Ststistic	df	Sig	
Kepercayaan Diri	0.654	98	0.786	Normal
Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok	1.034	98	0.235	Normal

Uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel merupakan hubungan yang linear. Berdasarkan hasil pengujian linearitas dengan *test of linearity* yang dibantu oleh IBM SPSS For Windows 23.0 Version, didapatkan bahwa nilai signifikansi pada *Deviation From Linearity* sebesar 0.130. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $p > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok memiliki hubungan yang linier dengan variabel kepercayaan diri.

Uji hipotesis menggunakan uji korelasi *Product Moment* ditunjukkan pada Tabel 2. Berdasarkan hasil uji korelasi *product moment*, didapatkan nilai signifikansi ( $p$ ) antara variabel kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok sebesar 0.064. Nilai signifikansi tersebut diketahui  $p > 0.05$ , maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat korelasi atau hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok.

Tabel 2. Hasil uji korelasi.

		Kepercayaan Diri	Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok
Kepercayaan Diri	Pearson Correlation	1	-.188
	Sig. (2-tailed)		.064
	N	98	98
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Pearson Correlation	-.188	1
	Sig. (2-tailed)	.064	
	N	98	98

#### 4. Pembahasan

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok. Hasil analisis data menunjukkan nilai koefisien korelasi ( $r$ )  $-0.188$  dan nilai signifikan ( $p$ )  $0,064 > 0,05$ . Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya Annisa et al., (2020) bahwa terdapat hubungan antara tingkat kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial, dalam penelitian ini semakin tinggi tingkat kepercayaan diri seseorang maka semakin rendah intensitas seseorang tersebut menggunakan media sosial WhatsApp. Hasil yang berbeda ditunjukkan pula dari penelitian Adawiyah (2020) mengenai pengaruh media sosial Tiktok terhadap kepercayaan diri remaja yaitu sebesar 54%, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial TikTok bisa mempengaruhi kepercayaan diri seseorang terutama yang sedang dalam masa remaja, sehingga ketika seseorang banyak mengakses TikTok akan mampu memiliki kepercayaan diri hal ini dikarenakan seseorang akan memilih media yang bermanfaat baginya dan terlibat aktif atau pasif di dalamnya.

Sejalan dengan penelitian Ardari (2016), bahwa kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial remaja, karena remaja memiliki dorongan yang kuat untuk menjadi bagian dari kelompoknya dan memiliki cara berfikirnya sendiri sehingga mereka memiliki tindakan untuk terlibat di media sosial atas kehendak mereka.

Berdasarkan data pertanyaan terbuka dari penelitian ini 70% dari responden menjawab bahwa mereka merasakan adanya manfaat dari membuka aplikasi TikTok ini, mereka mendapatkan berbagai informasi yang mereka butuhkan untuk dapat tetap terkoneksi dengan orang-orang di sekitarnya atau sekedar mengetahui hal-hal yang sedang terjadi di dunia, selain itu juga mereka merasa terhibur karena konten yang lucu. Di masa pandemi hampir di seluruh dunia menjalankan kegiatan dari rumah dan mengakses informasi melalui internet dan tidak terkecuali melalui media sosial TikTok. Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratification* bahwa media yang bermanfaat baginya akan terus dipertahankan karena sesuai dengan teori motivasi Maslow bahwa seseorang akan memenuhi kebutuhannya karena ada motivasi di dalam dirinya. Bisa dikatakan bahwa Remaja memiliki motivasi untuk tetap mengakses media sosial TikTok karena kebutuhannya, kebutuhan secara afektif, maupun kognitif dan hal ini tidak berkaitan dengan apakah ia memiliki kepercayaan diri untuk membuka atau intens menggunakan TikTok atau ia tidak memiliki rasa percaya diri untuk dapat aktif di media sosial TikTok. 80% dari responden penelitian ini jarang mengupload video di aplikasi TikTok namun hanya menikmati video yang ada di dalam aplikasi TikTok, dan 4% subjek sering mengupload video di Tiktok, sisanya tidak pernah mengupload video di TikTok.

Penelitian dari Baker & White (2010) menyatakan bahwa kepercayaan diri bukanlah faktor penting yang mempengaruhi frekuensi penggunaan media sosial, namun lebih mengarah pada norma kelompok sebagai prediktor terhadap keinginan remaja mengakses media sosial. Pengaruh kelompok lebih besar dari sekedar rasa percaya diri, dalam penelitian ini Kepercayaan diri lebih mengarah pada

konteks kemampuan dalam akademik, dan bukan kepercayaan diri menjadi bagian dari lingkungan sosial. Maka dapat menjadi masukan bagi peneliti lain yang tertarik dalam penelitian dengan tema intensitas penggunaan media sosial Tiktok ataupun tema kepercayaan diri untuk dapat menspesifikasikan kepercayaan diri untuk bersosial. Selain itu peneliti lain dapat melihat faktor lain terhadap intensitas penggunaan media sosial, seperti pengaruh kelompok dan identitas diri dari remaja.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan antara Kepercayaan diri dengan Intensitas penggunaan media sosial TikTok. Hal ini mengindikasikan bahwa Kepercayaan diri bukanlah factor penting seseorang mau dan aktif di media sosial TikTok, namun dikarenakan adanya kebutuhan dari seseorang untuk dapat terkoneksi dengan lingkungan melalui media sosial terutama di masa pandemi.

## Referensi

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Annisa, A. S. A. N., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, 12(1), 86–109. <https://doi.org/10.13057/wacana.v12i1.170>
- Ardari, C. (2016). *Pengaruh Kepercayaan diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada remaja Awal* (PROGRAM STUDI PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA; Vol. 9). Retrieved from [https://repository.usd.ac.id/6571/2/119114160\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/6571/2/119114160_full.pdf)
- Atsani, Lalu Gede M Z. (2020). TRANSFORMASI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Al-Hikmah: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 82–93.
- Apjji.or.id (2020). Data Pengguna Internet. <http://Apjji.or.id>
- Aziz, A. A. Al. (2020). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat depresi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92–107.
- Baker, K. R., & White, K. (2010). Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1591–1597.
- Basch, C. H., Hillyer, G. C., & Jaime, C. (2020). COVID-19 on TikTok: Harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*. <https://doi.org/10.1515/ijamh-2020-0111>
- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Network Media*, 3(2), 59–65. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>
- Hasanah, U., Fitri, N. L., Supardi, S., & PH, L. (2020). Depression Among College Students Due to the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 8(4), 421. <https://doi.org/10.26714/jkj.8.4.2020.421-424>
- Khasanah, F. N., Samsiana, S., & Handayanto, R. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62.
- Palupi, N. D., Meifilina, A., Dyan, Y., & Harumike, N. (2020). *Copyrights @ Balitar Islamic University, Blitar-Indonesia THE EFFECT OF USING TIKTOK APPLICATIONS ON SELF- CONFIDENCE LEVELS ( Study on Communication Science Students of Balitar Islamic University, Class of 2016-2020 ) JOSAR, Vol. 5 No. 2 September . 5(2), 66–74.*
- Rakhmayanti, I. (2020). Pengguna Tiktok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y. *Tekno.Sindonews.Com*, <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pen>.

*C.M. Dewi, dkk. / Kepercayaan diri seseorang dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok di masa pandemi*

Santrock (2003) John W. Adolescence. Perkembangan Remaja. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.

WHO. (2020). <https://covid19.who.int/>. Diakses Tanggal 1 Februari 2021