

## HUBUNGAN SELF CONCEPT DENGAN SELF CONFIDENCE PADA GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI MEDAN

Lia Marselina Laia<sup>1</sup>, Nancy Naomi Aritonang<sup>2</sup>

Email : [liamarselina.laia@student.uhn.ac.id](mailto:liamarselina.laia@student.uhn.ac.id)

<sup>1,2</sup> Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen, Medan, Indonesia

### Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Self Concept Dengan Self Confidence Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Di Medan. dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Terdapat korelasi positif yang signifikan antara konsep diri (self concept) dan kepercayaan diri (self confidence) dengan koefisien korelasi sebesar 0.721 dan nilai signifikansi  $p = 0.000$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif self concept seseorang, semakin tinggi pula self confidence yang dimiliki. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan self concept dalam meningkatkan self confidence di kalangan generasi muda. Mayoritas responden menunjukkan tingkat self confidence yang sedang (67.3%) dan self concept yang positif (62.8%). Ini menunjukkan bahwa meskipun banyak responden merasa percaya diri, masih ada ruang untuk meningkatkan kedua aspek tersebut. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa generasi Z memiliki potensi yang baik, namun perlu dukungan untuk mencapai tingkat yang lebih tinggi. Pada variabel self concept, mayoritas responden berada pada kategori positif, khususnya pada aspek Harapan (77.7%). Ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki optimisme dan pandangan yang positif terhadap tujuan hidup mereka. Meskipun demikian, ditemukan pula bahwa aspek Penilaian memiliki persentase negatif tertinggi (35%), yang mengindikasikan adanya kerentanan terhadap kritik atau evaluasi diri yang negatif. Dalam kategorisasi status/pekerjaan, kelompok pekerja menunjukkan persentase self confidence kategori rendah yang lebih tinggi (28,9%) dibandingkan kelompok lain, sementara kelompok pengangguran justru memiliki persentase self confidence tinggi yang paling besar (33,3%).

**Kata Kunci:** Self Concept, Self Confidence, Aplikasi Tiktok

### Abstract

*The purpose of this study is to determine the relationship between self-concept and self-confidence in Generation Z users of the TikTok application in Medan. The following conclusions can be drawn: There is a significant positive correlation between self-concept and self-confidence with a correlation coefficient of 0.721 and a significance value of  $p = 0.000$ . This indicates that the more positive a person's self-concept, the higher their self-confidence. This finding confirms the importance of developing self-concept in increasing self-confidence among the younger generation. The majority of respondents showed a moderate level of self-confidence (67.3%) and a positive self-concept (62.8%). This shows that although many respondents feel confident, there is still room to improve both aspects. This study provides an overview that generation Z has good potential, but needs support to reach a higher level. In the self-concept variable, the majority of respondents are in the positive category, especially in the Hope aspect (77.7%). This indicates that Gen Z is optimistic and has a positive outlook on their life goals. However, the Assessment aspect also had the highest negative percentage (35%), indicating a vulnerability to criticism or negative self-evaluation. In terms of status/occupation, the employed group showed a higher percentage of low self-confidence (28.9%) compared to other groups, while the unemployed group had the highest percentage of high self-confidence (33.3%).*

**Keywords:** self Concept, Self Confidence, Tiktok Application

## PENDAHULUAN

Media sosial adalah media online di mana penggunaannya dapat dengan mudah ikut serta, berbagi, dan membuat konten menggabungkan blog, sosial media, atau jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Wiki dan jejaring sosial mungkin merupakan jenis media sosial yang paling banyak digunakan

oleh orang-orang di seluruh dunia (Laman et al., 2023). Media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain dan memperluas jejaring sosial. Pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai platform melalui aplikasi web atau perangkat seluler. Platform-platform ini memungkinkan mereka berbagi pengalaman, informasi, dan gagasan dengan komunitas yang lebih besar.

Media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan individu, bisnis, barang, dan ide. Mereka juga dapat digunakan untuk menyimpan catatan tentang peristiwa penting dan membangun hubungan sosial. Media sosial bahkan bisa digunakan untuk membaca, berbagi, atau berpartisipasi dalam diskusi tentang berita terbaru. Orang-orang di media sosial dapat berpartisipasi dengan memberikan komentar dan juga membagikan informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang, mereka yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan sosial media (Bin Muhammad Yusoff, 2023).

Tik Tok merupakan salah satu aplikasi paling populer dan disukai di dunia, dan memungkinkan penggunanya untuk membuat video 15 detik dengan disertai musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini dirilis oleh ByteDance, perusahaan China dan Tiongkok meluncurkan aplikasi pertama yang memiliki durasi singkat yang disebut Douyin, hanya dalam 1 tahun, memiliki 1 miliar video yang ditayangkan setiap hari dan 100 juta pengguna. Popularitas Douyin yang tinggi, aplikasi ini dapat melakukan perluasan di luar China dengan nama Tik Tok (Kannagara et al., 2018).

Berdasarkan KOMPAS.com diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia pada awal 2024 ini dilaporkan mencapai 221,5 juta jiwa atau tepatnya 221.563.479 jiwa. Dari jumlah tersebut, Generasi Z (kelahiran 1997-2012 berusia 12-27 tahun) menjadi kelompok usia yang paling banyak terkoneksi internet. Para remaja dari generasi Z menjadikan smartphone sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Generasi Z adalah generasi pertama yang telah terpapar teknologi sejak dini. Teknologi ini dapat berupa komputer atau media elektronik lainnya, seperti ponsel, internet, bahkan aplikasi media sosial (Firamadhina & Krisnani, 2020). Seiring hidup di era globalisasi, Generasi Z menggunakan akses internet yang mudah melalui telepon seluler mereka, menghasilkan generasi berikutnya yang sangat bergantung pada internet. Dampak dari kemudahan dalam mengakses internet menciptakan internet sebagai sumber referensi utama dalam mencari suatu informasi. Seiring dengan peningkatan konektivitas global, pergeseran generasi dapat memainkan peran yang lebih penting dalam menentukan perilaku daripada perbedaan sosio-ekonomi.

Kaum muda telah menjadi pengaruh yang kuat bagi orang-orang dari segala usia dan pendapatan, serta pada cara orang-orang tersebut mengonsumsi dan berhubungan dengan mereka. Generasi Z, yang terpapar teknologi sejak dini, adalah sebutan untuk generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Umumnya disebut sebagai Gen Z. Generasi ini muncul setelah generasi Milenial dan sebelum generasi Alpha. Generasi tertua dari Gen Z berusia akhir 20-an, banyak yang sudah lulus kuliah, menikah, dan mulai berkeluarga, sedangkan generasi termuda mungkin berusia 12 tahun.

Generasi ini terhubung dengan teknologi dan media sosial sejak usia dini. Sehingga memiliki akses luas mengenai informasi tentang pengembangan diri, pendidikan, dan berbagai peluang, serta bisa menjadi ruang untuk menunjukkan bakat, minat, dan gaya hidup, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan diri. Media sosial terutama tiktok memberikan kesan kehidupan yang sempurna melalui konten-konten yang menunjukkan gaya hidup, pencapaian, dan kemewahan. Namun, paparan konten umumnya dijadikan standar standar dan membuat orang lain membandingkan dirinya hingga menjadi rendah diri. Menurut survei ZAP Beauty Index 2023, 50,1% perempuan Indonesia merasa tidak percaya diri. Data dari IDN Research Institute terhadap generasi milenial dan gen Z menunjukkan bahwa media sosial berdampak negatif terhadap kepercayaan diri mereka. Hasil yang diperoleh menegaskan Gen Z lebih rentan merasakan penurunan kepercayaan diri 65% (Ashari, 2021).

Penulis melakukan riset awal dengan mewawancarai 2 orang generasi Z di kota Medan. Berikut adalah hasil wawancaranya,

“...saya pernah merasa ragu akan kemampuan saya dalam membuat konten di tiktok, Karna rasanya saya tidak seahli orang lain, dimana konten saya itu kurang menarik, dan saya tidak mampu dalam membuat konten yang menarik. Saya juga tidak terlalu optimis dalam mengupload video di tiktok, karna saya punya pemikiran belum tentu orang lain suka apa yang saya upload...”

“...karena konten yang saya buat kadang tidak fyp, dimana konten saya itu kurang menarik, dan saya tidak mampu dalam membuat konten yang menarik, terkadang saya ada rasa sedih, dan saya juga kehilangan keyakinan untuk membuat konten di tiktok, jadi sampai hari ini saat membuka tiktok itu lebih sering menonton video fyp sebagai hiburan...”

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa generasi Z itu masih ada generasi Z yang merasa ragu akan kemampuan yang dimiliki dan kurang optimis.

Menurut Lauster (Azwar, 2022) kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Menurut Lauster (2015), ada beberapa aspek dari kepercayaan diri yakni: keyakinan akan kemampuan diri, optimis, obyektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis.

Dalam Montag (2021) para pengguna TikTok berkesempatan untuk mendapatkan likes, komentar, dan pengikut, ini dapat membantu mereka memverifikasi identitas sosial mereka. Generasi Z sering menilai diri mereka berdasarkan respons dan interaksi sosial di platform tersebut, pencapaian ini dapat meningkatkan kepercayaan diri karena mendapat pengakuan atas kreativitas, penampilan, atau kemampuan mereka. Sebaliknya, kurangnya interaksi atau pengakuan dapat menurunkan kepercayaan diri.

TikTok memungkinkan penggunaannya untuk membuat konten yang menonjolkan keterampilan atau minat pribadi, misalnya dalam hal musik, dance, atau humor. Generasi Z yang merasa percaya diri dengan kemampuan mereka dapat menampilkan diri mereka tanpa rasa takut atau ragu. Berdasarkan hasil penelitian Adawiyah (2020) bahwa penggunaan media sosial TikTok dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang. Menurut Jyotsnawali (2021) Kepercayaan diri adalah keyakinan pada kemampuan atau keterampilan kita sendiri untuk melakukan sesuatu. Ini berarti mengakui dan percaya pada diri kita sendiri. Ini membantu menjaga perspektif positif dan realistis tentang diri sendiri. Orang yang percaya diri dapat menangani kritik dan berkomunikasi dengan tegas. Persepsi kita tentang diri kita sendiri selalu berpengaruh pada seberapa yakin kita pada diri kita sendiri. Berdasarkan penelitian ini Individu yang memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mengelola keadaan hidup mereka.

Beberapa komponen, termasuk penampilan fisik, hubungan dengan orang tua, dan teman sebaya, konsep diri, memengaruhi kepercayaan diri (Cahyani, 2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri individu yaitu konsep diri, harga diri, pengalaman, dan pendidikan. Dari banyak faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri dan salah satunya adalah konsep diri, yang mana konsep diri membentuk kepercayaan diri pada diri seseorang diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulannya dalam suatu kelompok (Ellinger et al., 2023). Penulis melakukan riset awal dengan mewawancarai 1 orang generasi Z di kota medan. Berikut adalah hasil wawancaranya,

“...sejujurnya saya jarang membuat konten di tiktok, saya lebih banyak menonton fyp untuk melihat hiburan dari pada membuat video. Namun ada saatnya saya ada niat membuat konten di tiktok seperti teman yang lain tapi sudah langsung rendah diri karena saya merasa apa yg bisa dilihat dari hidup saya yang biasa-biasa saja...”

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa dia merasa biasa-biasa saja tidak ada yang menarik dari dirinya membuatnya rendah diri. Menurut Burns (Utami et al., 2024). konsep diri adalah suatu gambaran campuran dari apa yang kita pikirkan, bagaimana pendapat orang lain mengenai diri kita, dan seperti apa diri kita yang kita inginkan. Konsep diri seseorang dinyatakan melalui sikap dirinya yang merupakan aktualisasi orang tersebut. Manusia sebagai organisme yang memiliki dorongan untuk berkembang yang pada akhirnya menyebabkan ia sadar akan keberadaan dirinya. Perkembangan yang berlangsung tersebut kemudian membantu pembentukan konsep diri individu yang bersangkutan. Konsep diri merupakan bagian dari diri yang mempengaruhi setiap pengalaman, pikiran, perasaan, dan tingkah laku (keberhasilan) seseorang, karena individu bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya.

Hasil keseluruhan menunjukkan bahwa konsep diri dan kepercayaan diri berkorelasi positif. Didukung oleh hasil penelitian Prasad (2015), yang menyiratkan bahwa remaja memiliki konsep diri yang tinggi akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Adanya hubungan self concept dengan self confidence didukung oleh hasil penelitian Resa & Soetjningsih (Nederhand et al., 2016) menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang signifikan antara variabel konsep diri dan kepercayaan diri pada korban body shaming. Semakin baik atau positif konsep diri seseorang, semakin percaya diri mereka pada korban body shaming dan sebaliknya, semakin buruk konsep diri seseorang, semakin kurang kepercayaan diri memberi penghormatan kepada korban body shaming tersebut.

Penelitian Resa & Soetjningsih juga didukung oleh penelitian Haque, dkk (2022) yang mengungkapkan bahwa konsep diri siswa berprestasi kelas XI di SMK Antartika 2 Sidoarjo memiliki

korelasi yang signifikan dengan kepercayaan diri mereka. Ini menunjukkan bahwa konsep diri memiliki korelasi dengan kepercayaan diri. Harga korelasi menunjukkan nilai yang positif, yang menunjukkan bahwa gagasan semakin baik. Jika siswa berprestasi, kepercayaan diri mereka akan meningkatkan prestasi.

Dalam penelitian Madhy, Purba, & Nafeesa (Jones, 2016) mengatakan terdapat hubungan positif antara konsep diri dengan kepercayaan diri Pada Mahasiswa/I Stambuk 2019 Universitas Medan Area dengan asumsi bahwa semakin baik/positif konsep diri maka semakin tinggi tingkat kepercayaan diri. Sebaliknya, semakin buruk/negatif konsep diri maka semakin rendah tingkat kepercayaan diri. Dalam penelitian Rahayu, Rahayu, & Nurmaguphita (2024) terdapat adanya hubungan positif antara konsep diri dengan kepercayaan diri individu. Artinya semakin tinggi konsep diri maka semakin tinggi pula rasa percaya diri individu tersebut. Sebaliknya semakin rendah konsep diri maka semakin rendah pula rasa percaya diri individu tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Haque, Susanto, Damayanti, Apriliani (Tiwari et al., 2022) di SMK Antartika 2 Sidoarjo, dengan subjek penelitian berjumlah 72 siswa berprestasi kelas XI. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara konsep diri dan kepercayaan diri. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada siswa berprestasi kelas XI di SMK Antartika 2 Sidoarjo. Menunjukkan bahwa semakin positif konsep diri seseorang, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri yang dimilikinya. Sebaliknya, jika konsep diri semakin negatif, maka tingkat kepercayaan diri juga akan semakin rendah.

Berdasarkan fenomena dan penelitian yang telah ada sebelumnya juga, dapat dilihat bahwa banyak faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri. Melihat perkembangan zaman yang didominasi oleh generasi Z saat ini dalam dunia digital seperti sosial media yang mana bisa mengakses segala hal dan tuntutan mengenai diri yang sempurna berpengaruh pada konsep diri sehingga membuat para generasi Z bisa memiliki kepercayaan diri yang baik atau sebaliknya (Oktaviana & Kristinawati, 2022). Meskipun berbagai penelitian telah menyoroti mengenai hubungan mengenai konsep diri dan kepercayaan diri, kebanyakan dari penelitian tersebut masih menyosori para siswa yang menjadi sampel penelitian, masih sedikit yang membahas mengenai generasi Z dan membahas keterlibatan pengguna media sosial atau tiktok. Hal inilah yang menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian ini agar dapat memberikan informasi mengenai gambaran kepercayaan diri dan bagaimana hubungannya konsep diri sehingga berpengaruh pada kepercayaan diri tiap individu. Oleh karena itu, fokus penelitian kali ini adalah hubungan self concept dengan self confidence pada generasi Z pengguna aplikasi tiktok

## METODE

Variabel merujuk pada karakteristik atau atribut seorang individu atau suatu organisasi yang dapat diukur atau diobservasi. Variabel biasanya bervariasi di antara orang-orang atau organisasi yang diteliti (Legere & Kang, 2020). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang dapat diteliti, yaitu variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat).

Adapun variabel penelitian yang dibahas dalam penelitian ini meliputi dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (X): *Self Concept*
2. Variabel Terikat (Y): *Self Confidence*

*Self Confidence* adalah sikap positif atau keyakinan individu terhadap kemampuan diri untuk mencapai tujuan atau melakukan tindakan tertentu, yang memungkinkan individu untuk bertindak tanpa rasa cemas berlebihan, merasa bebas dalam pengambilan keputusan, serta bertanggung jawab atas tindakan yang diambil. Variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala *Self Confidence* berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Lauster (Hapsah & Sofyan, 2022) yakni keyakinan akan kemampuan diri, optimis, obyektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis.

*Self Concept* merupakan gambaran penilaian seseorang tentang dirinya sendiri, termasuk aspek fisik, psikologis, sosial, dan emosional. Variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala *Self Concept* berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Calhoun dan Acocella (1995) memiliki tiga aspek yang meliputi dimensi Pengetahuan, Harapan, dan Penilaian. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah para generasi Z yang menggunakan aplikasi Tiktok di kota Medan. Dengan karakteristik subjek penelitian yaitu:

1. Individu kelahiran tahun 1997-2012, berusia 13-28 tahun
2. Pengguna aktif aplikasi tiktok (minimal 5 bulan terakhir)
3. Berdomisili di kota Medan

Populasi menurut Sugiyono (Novianti & Merida, 2021) bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari populasi ini maka diambil contoh atau sampel yang diharapkan dapat mewakili populasi.

PraPONCO (2021) membedakan populasi menjadi 2 jenis, yaitu Populasi tak terhingga dan populasi terhingga. Populasi tak terhingga adalah suatu populasi dimana obyeknya tak terhingga atau tidak terhitung jumlahnya, sedangkan populasi terhingga yaitu suatu populasi yang terhingga obyeknya atau dapat dihitung jumlahnya. Populasi pada penelitian ini yaitu para generasi Z yang menggunakan aplikasi Tiktok di kota Medan. Penelitian ini menggunakan populasi tak terhingga dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui datanya secara kuantitatif

Sugiyono (Peiffer et al., 2020) menjelaskan bahwa sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang memiliki kualitas dan karakteristik yang sama. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampelnya *purposive sampling*. Menurut Lenaini (Anis & Anwar, 2020) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana peneliti secara sengaja memilih sampel berdasarkan kriteria atau karakteristik khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian, metode ini digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih dapat memberikan jawaban yang relevan dengan masalah penelitian.

Untuk menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan rumus atau tabel Isaac dan Michael dengan jumlah populasi tak terhingga dan taraf kesalahan berupa 5%. Berdasarkan tabel Isaac dan Michael, sampel yang diperlukan dalam penelitian yang akan dilakukan adalah minimal sebanyak 349 partisipan Sugiyono (Andhini et al., 2023). Untuk memastikan bahwa sampel memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, metode *purposive sampling* digunakan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Individu kelahiran tahun 1997-2012, berusia 13-28 tahun
2. Pengguna aktif aplikasi tiktok (minimal 5 bulan terakhir)
3. Berdomisili di kota Medan

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan data yang relevan untuk menjawab masalah penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui skala psikologi sebagai alat ukur untuk mengungkap aspek-aspek yang berhubungan dengan Self Confidence, dan Self Concept pada generasi Z yang menggunakan aplikasi Tiktok di kota Medan. Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sejauh mana sikap atau perasaan responden terhadap pernyataan yang diberikan (Sergeeva & Kortantamer, 2021)..

Skala pada penelitian ini adalah skala model Likert, dimana dalam skala model Likert ini terdiri 4 alternatif jawaban, yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Adapun kriteria penilaiannya bergerak dari 4,3,2,1 untuk jawaban yang Favourable dan 1,2,3,4, untuk jawaban yang Unfavourable.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z, berusia 13-28 tahun yang merupakan pengguna tiktok. Melalui skala yang disebar secara online ke subjek, diperoleh gambaran subjek berdasarkan usia, jenis kelamin dan domisili. Kemudian peneliti melakukan uji asumsi terhadap *self concept* dan *self confidence* dengan uji normalitas, linearitas dan hipotesa dalam penelitian.

Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa subjek atau responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 245 orang (70,2%) dan laki-laki sebanyak 104 orang (29,8%), Penyebaran dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. Penyebaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	104	29,8 %
2.	Perempuan	245	70,2 %
<b>Total</b>		349	100 %

### Uji Hipotesa

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi dengan menggunakan

program software SPSS for windows 26. Analisis data yang bertujuan untuk melihat “Hubungan *Self Concept* dengan *Self Confidence* pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Di Medan”. Data yang di uji terlebih dahulu memenuhi asumsi normalitas dan juga linearitas. Ha diterima jika nilai signifikannya  $< 0,05$  atau terdapat hubungan antara variabel *self concept* dengan *self confidence* pada generasi z pengguna aplikasi tiktok di Medan dan jika  $H_0$  diterima apabila nilai signifikannya  $> 0,05$  atau tidak terdapat hubungan antara variabel *self concept* dengan *self confidence* pada generasi z pengguna aplikasi tiktok di Medan (Suherman et al., 2018).

**Tabel 2. Hasil Uji Hipotesa**

Correlations		Y	X
Y	Pearson Correlation	1	,721**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	349	349
X	Pearson Correlation	,721**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	349	349

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas menunjukkan koefisien korelasi sebesar  $r_{hitung}=0,721$  yang merupakan korelasi positif, yaitu terdapat hubungan yang positif antara *self concept* dengan *self confidence*. Hubungan tersebut mengartikan bahwa jika semakin positif *self concept* pada generasi Z, maka semakin tinggi pula *self confidence* pada generasi Z pengguna tiktok di Medan.

Hasil analisis penelitian ini juga menunjukkan nilai signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara *self concept* dengan *self confidence* pada generasi Z pengguna tiktok di Medan.

## Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi apakah terdapat hubungan antara *self concept* dan *self confidence* pada generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Medan. Analisis hubungan antara *self concept* dan *self confidence* menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Hal ini berarti bahwa semakin positif *self concept* seseorang, semakin tinggi pula *self confidence* yang dimiliki. Menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, menegaskan bahwa *self concept* berperan penting dalam membangun *self confidence* di kalangan generasi Z pengguna TikTok di Medan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haque, Susanto, Damayanti, Apriliani di SMK Antartika 2 Sidoarjo, dengan subjek penelitian berjumlah 72 siswa berprestasi kelas XI. Hasil penelitian yang menggunakan analisis korelasi Spearman, menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara konsep diri dan kepercayaan diri. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada siswa berprestasi kelas XI di SMK Antartika 2 Sidoarjo. Menunjukkan bahwa semakin positif konsep diri seseorang, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri yang dimilikinya. Sebaliknya, jika konsep diri semakin negatif, maka tingkat kepercayaan diri juga akan semakin rendah.

Kemudian penelitian yang dilakukan Resa & Soetjningsih (Hapsoh & Sofyan, 2022) yang dilakukan di salah satu SMA di Salatiga dengan jumlah partisipan dalam penelitian ialah berjumlah 34 responden yaitu siswa kelas X yang pernah mengalami perlakuan body shaming. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada korban body shaming, semakin positif konsep diri maka semakin tinggi juga kepercayaan diri begitu juga sebaliknya semakin negatif konsep diri maka semakin rendah juga kepercayaan diri.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Madhy, Purba, & Nafeesa (Namaziandost & Çakmak, 2020) yang dilakukan pada Mahasiswa/I Fakultas Psikologi Stambuk 2019 di Universitas Medan Area. Penelitian ini sebanyak 30 Mahasiswa/I. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif antara konsep diri dengan kepercayaan diri dengan asumsi bahwa semakin baik/positif konsep diri maka semakin tinggi tingkat kepercayaan diri. Sebaliknya, semakin buruk/negatif konsep diri maka semakin rendah tingkat kepercayaan diri.

Distribusi *self confidence* pada responden perempuan dan laki-laki menunjukkan pola yang serupa, di mana mayoritas berada dalam kategori sedang (66,9% perempuan dan 68,3% laki-laki). Serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Annah, Hemasti, Minarsih (2025) mengungkapkan bahwa mahasiswa laki-laki menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan mahasiswa perempuan.

*Self confidence* tinggi paling besar ditemukan pada kelompok usia 21–24 tahun (17,3%), usia ini umumnya berada pada tahap transisi dari masa studi ke awal karier, di mana individu telah mulai mengembangkan identitas profesional dan sosial yang lebih jelas. Pada fase ini, pencapaian awal seperti menyelesaikan pendidikan tinggi atau mendapatkan pekerjaan pertama dapat memperkuat keyakinan terhadap kemampuan diri. Hal ini sejalan dengan teori *emerging adulthood* (Diniyah et al., 2018) yang menjelaskan bahwa usia awal 20-an merupakan periode eksplorasi identitas dan peningkatan efikasi diri melalui pencapaian nyata. Penelitian Orth et al. (2010) juga menunjukkan bahwa *self esteem* cenderung meningkat secara stabil hingga awal usia dewasa akibat kematangan emosional dan keberhasilan mencapai tujuan pribadi.

*Self confidence* kategori rendah tertinggi ada pada kelompok usia 25–28 tahun (27,3%). Pada rentang usia ini, individu sering dihadapkan pada tuntutan sosial-ekonomi yang lebih kompleks seperti kestabilan karier, pernikahan, atau tanggung jawab finansial. Tekanan ini dapat memicu perasaan tidak aman jika target hidup belum tercapai. Song et al. menemukan bahwa stres terkait pekerjaan memiliki hubungan negatif dengan *self esteem*, yang dapat berdampak pada penurunan kepercayaan diri.

Berdasarkan data, kelompok usia 13–16 tahun memiliki *self concept* positif tertinggi, masa remaja awal ini ditandai oleh pengaruh kuat dari dukungan sosial, terutama dari keluarga dan sekolah, yang berperan penting dalam pembentukan konsep diri positif. Cotton (Simanjuntak et al., 2023) menyatakan bahwa pengakuan prestasi, umpan balik positif, dan lingkungan belajar yang suportif dapat meningkatkan *self concept* pelajar.

Sedangkan *self concept* negatif tertinggi terdapat pada kelompok usia 17–20 tahun dan 25–28 tahun dengan persentase yang sama, yaitu 27,3%. Periode ini sering diwarnai oleh transisi ke pendidikan tinggi atau dunia kerja awal yang menuntut adaptasi cepat, sehingga ketidakpastian identitas dapat memicu konsep diri negatif. Marcia (1980) menjelaskan bahwa krisis identitas pada tahap *identity moratorium* dapat menurunkan persepsi positif terhadap diri. Untuk usia 25–28 tahun, tantangan yang sama ditambah tekanan karier dan sosial dapat memperburuk kondisi ini, sebagaimana ditemukan Kristensen et al. (Sari & Oktafia, 2024) bahwa ketidakjelasan peran dan konflik peran di tempat kerja dapat meningkatkan stres kognitif dan menurunkan konsep diri positif.

Kelompok bekerja menunjukkan persentase self-confidence kategori rendah yang lebih tinggi (28,9%). Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tekanan kerja dan tuntutan sosial mungkin menjadi faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi kepercayaan diri dibandingkan status pekerjaan itu sendiri. Tekanan kerja yang tinggi dapat memunculkan rasa lelah mental, mengurangi motivasi, dan menurunkan persepsi terhadap kemampuan diri. Di sisi lain, pengalaman kerja sebenarnya dapat menjadi faktor yang membentuk dan meningkatkan kepercayaan diri, terutama ketika individu berhasil mengatasi tantangan dan mencapai tujuan. Namun, pengalaman yang disertai kegagalan berulang, konflik di lingkungan kerja, atau kurangnya dukungan sosial justru dapat menjadi faktor menurunnya rasa percaya diri seseorang. Seperti yang dikemukakan oleh Ghufroon & Risnawita (2010) pengalaman dapat menjadi faktor munculnya rasa percaya diri. Sebaliknya, pengalaman juga dapat menjadi faktor menurunnya rasa percaya diri seseorang.

Sementara kelompok pengangguran justru memiliki persentase *self confidence* tinggi yang paling besar (33,3%). Fenomena ini mungkin dapat dijelaskan melalui perspektif *self-enhancement theory*, yang dikemukakan oleh Taylor & Brown yang menyatakan bahwa individu dapat mempertahankan atau bahkan melebih-lebihkan penilaian positif terhadap dirinya meskipun dalam kondisi kurang menguntungkan, sebagai bentuk mekanisme pertahanan diri (Gregg & Sedikides, 2014).

Hal ini bisa diinterpretasikan bahwa lingkungan dan tingkat pendidikan mungkin menjadi faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi kepercayaan diri dibandingkan status pekerjaan itu sendiri. Ghufroon & Risnawita (Yaniawati et al., 2020) mengemukakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi rasa percaya diri seperti, pengalaman dapat menjadi faktor munculnya rasa percaya diri. Sebaliknya, pengalaman juga dapat menjadi faktor menurunnya rasa percaya diri seseorang. Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri seseorang. Tingkat pendidikan yang rendah akan menjadikan orang tersebut tergantung dan berada di bawah kekuasaan orang lain yang lebih

pandai darinya. Sebaliknya, orang yang mempunyai pendidikan tinggi akan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih dibandingkan yang berpendidikan rendah.

Serupa dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *self confidence* seperti masyarakat atau lingkungan yang merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap rendahnya kepercayaan diri. Kemudian hubungan, semua jenis hubungan dapat memengaruhi kepercayaan diri seseorang, termasuk hubungan romantis yang cenderung dimiliki seseorang. Faktor tingkat pendidikan yang rendah cenderung membuat individu merasa berada di bawah kendali orang yang lebih pintar. Sebaliknya, individu dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih mandiri dan tidak perlu bergantung pada orang lain.

Persentase *self concept* negatif tertinggi terdapat pada kelompok bekerja dengan nilai sebesar 34,2%, Pekerja sering menghadapi tuntutan kerja, target, dan tekanan sosial-ekonomi. Ketika peran pekerjaan tidak jelas atau tidak sesuai dengan identitas pribadi, hal ini dapat menurunkan *self concept clarity* (kejelasan konsep diri). Ketidakjelasan ini membuat individu merasa kurang bermakna, kurang kompeten, dan kurang berdaya dalam pekerjaannya, yang berdampak pada penurunan pandangan positif terhadap diri sendiri. Didukung oleh penelitian Campbell dkk. (Hawkins, 2021) yang menyatakan bahwa rendahnya *self concept clarity* berkorelasi dengan tingkat stres dan gejala depresi yang lebih tinggi, termasuk pada konteks pekerjaan.

Sementara itu, persentase *self concept* positif tertinggi terdapat pada kelompok Pelajar, yaitu mencapai 84,4%. Konsep diri dapat berkembang melalui interaksi sosial dengan lingkungan sekitar. Sekolah dan guru sering menerapkan strategi untuk memperkuat konsep diri pelajar seperti afirmasi nilai diri, pengakuan pencapaian, serta lingkungan belajar yang menyokong semua ini membantu membangun *self concept* positif.

Dari segi status pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa (77,4%), yang menunjukkan bahwa generasi Z di Medan cenderung menggunakan waktu mereka di media sosial untuk bersosialisasi dan mencari hiburan di luar kegiatan akademis. Selain itu, analisis mengenai lama penggunaan TikTok menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menggunakan aplikasi ini selama lebih dari 4 tahun, yang menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi dengan platform tersebut. Generasi muda juga tidak luput dari sasaran atau eksistensi aplikasi Tik Tok yang mendunia saat ini. Khususnya adalah kalangan mahasiswa yang juga telah banyak menjadi pengguna aplikasi Tik Tok. Said, dkk (Putri et al., 2023) juga mengungkapkan bahwa keterlibatan mahasiswa dengan TikTok terutama didorong oleh kebutuhan untuk mencari hiburan, mendapatkan informasi, dan mengikuti perkembangan tren fashion terkini.

Variabel *self confidence* pada aspek Rasional dan realistis menjadi aspek yang paling ekstrem, karena memiliki kategorisasi tertinggi (22,3%) dan terendah (18,9%). Ini menyiratkan bahwa pada satu sisi, ada sejumlah responden yang sangat percaya diri dan memiliki penilaian yang rasional terhadap kemampuan mereka. Namun, di sisi lain, ada juga kelompok responden yang sangat tidak realistis dalam menilai kemampuan mereka, yang mungkin menunjukkan *self confidence* yang rendah atau justru terlalu berlebihan.

Sementara itu, aspek Keyakinan akan kemampuan diri menjadi aspek yang paling stabil dengan mayoritas responden (67%) berada dalam kategorisasi sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi Z pengguna TikTok di Medan memiliki keyakinan yang cukup terhadap kemampuan mereka, tetapi tidak sampai pada tingkat yang sangat tinggi atau rendah. Ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri mereka berada dalam kisaran yang baik, di mana mereka cukup yakin dengan diri sendiri tanpa merasa superior atau inferior secara berlebihan.

Kemudian pada variabel *self concept* mayoritas responden (77,7%) berada pada aspek Harapan, yang mengindikasikan bahwa mereka memiliki pandangan yang kuat dan positif tentang tujuan dan impian mereka di masa depan. Hal ini mencerminkan mentalitas yang proaktif dan berfokus pada pengembangan diri, terlepas dari potensi tantangan yang dihadapi di masa sekarang.

Di sisi lain, aspek Penilaian memiliki persentase kategori negatif yang paling tinggi (35%). Ini menunjukkan bahwa meskipun mereka optimis tentang masa depan, masih ada sejumlah besar responden yang cenderung memiliki pandangan negatif terhadap diri sendiri, baik itu dalam hal evaluasi kekuatan dan kelemahan, maupun dalam hal penerimaan diri secara fisik. Kontradiksi ini bisa dijelaskan dengan teori *social comparison* di media sosial. Meskipun mereka memiliki ambisi besar (Harapan), paparan konten TikTok yang ideal sering kali memicu perbandingan diri, yang pada akhirnya memengaruhi cara mereka menilai diri sendiri secara kritis (Penilaian). Yulianto & Stefani Virilia (2023)

membahas dalam konteks media sosial, *social comparison* merujuk pada kecenderungan individu untuk membandingkan berbagai aspek dirinya seperti penampilan, kemampuan, dan lainnya dengan orang lain. Perbandingan ini dapat dilakukan terhadap mereka yang dianggap berada pada posisi lebih tinggi (*upward social comparison*) maupun terhadap mereka yang berada pada posisi lebih rendah (*downward social comparison*).

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisa data yang dilakukan pada Generasi Z pengguna tiktok, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat korelasi positif yang signifikan antara konsep diri (self concept) dan kepercayaan diri (self confidence) dengan koefisien korelasi sebesar 0.721 dan nilai signifikansi  $p = 0.000$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif self concept seseorang, semakin tinggi pula self confidence yang dimiliki. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan self concept dalam meningkatkan self confidence di kalangan generasi muda.
- b. Mayoritas responden menunjukkan tingkat self confidence yang sedang (67.3%) dan self concept yang positif (62.8%). Ini menunjukkan bahwa meskipun banyak responden merasa percaya diri, masih ada ruang untuk meningkatkan kedua aspek tersebut. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa generasi Z memiliki potensi yang baik, namun perlu dukungan untuk mencapai tingkat yang lebih tinggi.
- c. Pada variabel self concept, mayoritas responden berada pada kategori positif, khususnya pada aspek Harapan (77,7%). Ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki optimisme dan pandangan yang positif terhadap tujuan hidup mereka. Meskipun demikian, ditemukan pula bahwa aspek Penilaian memiliki persentase negatif tertinggi (35%), yang mengindikasikan adanya kerentanan terhadap kritik atau evaluasi diri yang negatif.
- d. Dalam kategorisasi status/pekerjaan, kelompok pekerja menunjukkan persentase self confidence kategori rendah yang lebih tinggi (28,9%) dibandingkan kelompok lain, sementara kelompok pengangguran justru memiliki persentase self confidence tinggi yang paling besar (33,3%).

## DAFTAR PUSTAKA

- Andhini, D. P., Wanabuliandari, S., & Purwaningrum, J. P. (2023). Pengaruh Model Problem-Based Learning Berbantuan Geogebra Terhadap Kemampuan Pemahaman Konsep Matematis Dan Self-Concept Siswa. *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 4(2), 879–891. <https://doi.org/10.46306/Lb.V4i2.352>
- Anis, M., & Anwar, C. (2020). Self-Organized Learning Environment Teaching Strategy For Elt In Merdeka Belajar Concept For High School Students In Indonesia. *Jees (Journal Of English Educators Society)*, 5(2), 199–204. <https://doi.org/10.21070/Jees.V5i2.869>
- Ashari, N. (2021). Konsep Diri Waria (Fenomena Waria Di Akademi Pariwisata Makassar). *Jiva : Journal Of Behavior And Mental Health*, 2(2). <https://doi.org/10.30984/Jiva.V2i2.1769>
- Azwar, B. (2022). Peran Layanan Konseling Realitas Untuk Membangun Kepercayaan Diri Warga Binaan Mantan Pemakai Narkoba Di Lapas Klas Ii A Curup. *Konseling Edukasi : Journal Of Guidance And Counseling*, 6(2), 183–211. <https://doi.org/10.21043/Konseling.V6i2.15842>
- Bin Muhammad Yusoff, M. F. (2023). Tracing The Tracts Of Qaṣaṣ: Towards A Theory Of Narrative Pedagogy In Islamic Education. *Religions*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/Rel14101299>
- Cahyani, R. T. (2021). Symbolic Interactions Among Gamers In The Community Of Call Of Duty Mobile Zombiesky E-Sport (A Study Of Interpersonal Communication). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 46–60. <https://doi.org/10.35326/Medialog.V4i2.1131>
- Diniyah, A. N., Akbar, G. A. M., Akbar, P., Nurjaman, A., & Bernard, M. (2018). Analisis Kemampuan Kemampuan Penalaran Dan Self Confidence Siswa Sma Dalam Materi Peluang. *Journal On Education*, 1(1), 14–21. <https://doi.org/10.31004/Joe.V1i1.5>
- Ellinger, J., Mess, F., Bachner, J., Von Au, J., & Mall, C. (2023). Changes In Social Interaction, Social

Lia Marselina Laia, Nancy Naomi Aritonangi | Hubungan Self Concept Dengan Self Confidence Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Di Medan

- Relatedness, And Friendships In Education Outside The Classroom: A Social Network Analysis. *Frontiers In Psychology*, 14(February), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1031693>
- Hapsoh, H., & Sofyan, D. (2022). Kemampuan Komunikasi Matematis Dan Self-Confidence Siswa Pada Materi Sistem Persamaan Linear Tiga Variabel Di Desa Sukaresmi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Matematika: Powermathedu*, 1(2), 139–148. <https://doi.org/10.31980/Powermathedu.V1i2.2226>
- Hawkins, R. (2021). *The Use Of Drama To Help Children Build Confidence And Self Image*. <https://digitalscholarship.tsu.edu/frj/21>
- Jones, J. M. (2016). The Looking Glass Lens: Self-Concept Changes Due To Social Media Practices. *The Journal Of Social Media In Society*, 4(1), 100–125.
- Kannangara, C. S., Allen, R. E., Waugh, G., Nahar, N., Noor Khan, S. Z., Rogerson, S., & Carson, J. (2018). All That Glitters Is Not Grit: Three Studies Of Grit In University Students. *Frontiers In Psychology*, 9(Aug), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01539>
- Laman, I., Ma'ruf, M. A., Sakka, R., & Meidiyansyah, W. (2023). Pengaruh Fatherless Terhadap Akhlak Anak Dalam Kajian Hukum Keluarga Islam. *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam*, 10(2), 135–158. <https://doi.org/10.24252/Al-Qadau.V10i2.39203>
- Legere, A., & Kang, J. (2020). The Role Of Self-Concept In Shaping Sustainable Consumption: A Model Of Slow Fashion. *Journal Of Cleaner Production*, 258, 120699. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120699>
- Namazandost, E., & Çakmak, F. (2020). An Account Of Efl Learners' Self-Efficacy And Gender In The Flipped Classroom Model. *Education And Information Technologies*, 25(5), 4041–4055. <https://doi.org/10.1007/S10639-020-10167-7>
- Nederhand, J., Bekkers, V., & Voorberg, W. (2016). Self-Organization And The Role Of Government: How And Why Does Self-Organization Evolve In The Shadow Of Hierarchy? *Public Management Review*, 18(7), 1063–1084. <https://doi.org/10.1080/14719037.2015.1066417>
- Novianti, R., & Merida, S. C. (2021). Self-Concept Dengan Citra Tubuh Pada Mahasiswi. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 10(1), 11. <https://doi.org/10.30872/Psikostudia.V10i1.4516>
- Oktaviana, M., & Kristinawati, W. (2022). Self Disclosure Dengan Resiliensi Pada Remaja Dengan Orang Tua Tunggal. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 16(2), 83–92. <https://doi.org/10.33557/Jpsyche.V16i2.2093>
- Peiffer, H., Ellwart, T., & Preckel, F. (2020). Ability Self-Concept And Self-Efficacy In Higher Education: An Empirical Differentiation Based On Their Factorial Structure. *Plos One*, 15(7), E0234604. <https://doi.org/10.1371/Journal.Pone.0234604>
- Putri, D. R., Nasir, F., & Maharani, A. (2023). Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Ditinjau Dari Self Confidence Siswa Pada Materi Sfldv. *Jarme: Journal Of Authentic Research On Mathematics Education*, 5(1), 55–65.
- Sari, M., & Oktafia, M. (2024). Penggunaan Model Pembelajaran Knisley Berbasis Konstruktivisme Dalam Meningkatkan Self Confidence Mahasiswa. *Proximal: Jurnal Penelitian Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 7(1), 18–26. <https://doi.org/10.30605/Proximal.V7i1.4283>
- Sergeeva, N., & Kortantamer, D. (2021). Enriching The Concept Of Authentic Leadership In Project-Based Organisations Through The Lens Of Life-Stories And Self-Identities. *International Journal Of Project Management*, 39(7), 815–825. <https://doi.org/10.1016/J.Ijproman.2021.09.001>
- Simanjuntak, M., Sitepu, C. P., Ginting, P. V. B., & ... (2023). Analisis Proses Pembelajaran Matematika Berbasis Outcome Based Education (Obe) Pada Materi Aritmatika Sosial Ditinjau Dari Self Confidence Siswa Smp Negeri .... *Innovative: Journal Of ...*, 3, 7013–7027.
- Suherman, D. P., Purwianingsih, W., & Diana, S. (2018). Analisis Hubungan Self-Efficacy Dan Metakognitif Terhadap Hasil Belajar Siswa Sma Berdasarkan Gender Pada Konsep Genetika.

Lia Marselina Laia, Nancy Naomi Aritonang| Hubungan Self Concept Dengan Self Confidence Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Di Medan

*Assimilation: Indonesian Journal Of Biology Education*, 1(1), 14–20.  
<https://doi.org/10.17509/Aijbe.V1i1.11450>

Tiwari, M., Narula, S., & Mathur, G. (2022). Looking-Glass-Self: Tale Of Happiness, Self-Esteem, And Satisfaction With Life Among Transgender From Kinner Community. *Journal Of Public Affairs*, 22(3), 1–9. <https://doi.org/10.1002/Pa.2519>

Utami, W. B., Dewi, A. P., & Widodo, S. A. (2024). Students' Errors In Problem-Solving Reviewed From The Perspective Of Math Resilience. *Johme: Journal Of Holistic Mathematics Education*, 8(1), 59. <https://doi.org/10.19166/Johme.V8i1.8230>

Yaniawati, P., Kariadinata, R., Sari, N., Pramiarsih, E., & Mariani, M. (2020). Integration Of E-Learning For Mathematics On Resource-Based Learning: Increasing Mathematical Creative Thinking And Self-Confidence. *International Journal Of Emerging Technologies In Learning (Ijet)*, 15(6), 60–78.