

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan sosial media *TikTok* dengan kepercayaan diri pada remaja awal. Penelitian ini mengajukan hipotesis yaitu ada hubungan yang negatif antara intensitas penggunaan sosial media *TikTok* dengan kepercayaan diri pada remaja awal. Subjek pada penelitian ini berjumlah 211 orang dengan karakteristik remaja awal 13-17 Tahun. Pengambilan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dengan data yang dikumpulkan menggunakan Skala intensitas penggunaan sosial media *TikTok* dan skala kepercayaan diri. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = - 0,276 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,010$) yang menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yaitu ada korelasi negatif antara intensitas penggunaan sosial media *TikTok* dengan kepercayaan diri pada remaja awal. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,076 sehingga dapat dikatakan bahwa kontribusi intensitas penggunaan sosial media *TikTok* sebesar 7,6% terhadap kepercayaan diri pada remaja awal dan sisanya sebesar 92,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

Kata kunci: Intensitas Penggunaan Sosial Media *TikTok*, Kepercayaan Diri, Remaja Awal

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between the intensity of TikTok social media use and self-confidence in early adolescents. This research proposes a hypothesis, namely that there is a negative relationship between the intensity of TikTok social media use and self-confidence in early adolescents. The subjects in this study were 211 people with characteristics of early adolescents aged 13-17 years. Research subjects were selected using a purposive sampling technique with data collected using the TikTok social media use intensity scale and self-confidence scale. The data analysis technique used is product moment correlation. Based on the results of data analysis, it was obtained that the correlation coefficient (r_{xy}) = -0.276 with $p = 0.000$ ($p < 0.010$) which shows that the hypothesis proposed in this research is accepted, namely that there is a negative correlation between the intensity of TikTok social media use and self-confidence in early adolescents. The coefficient of determination (R^2) is 0.076, so it can be said that the contribution of Intensity of TikTok Social Media Use is 7.6% to Self-Confidence in Early Adolescents and the remaining 92.4% is influenced by other factors not investigated in this research.

Keywords: Intensity of TikTok Social Media Use, Self-Confidence, Early Adolescent.