

**PENGARUH KONTEN TIKTOK *INDEPENDENT WOMAN*
MOTIVATION @YOURMOOD TERHADAP PENINGKATAN
SELF CONFIDENCE PADA *FOLLOWERS***

Renada Audri Suhariono¹, Dyva Claretta²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: [1Renadaaudri@gmail.com](mailto:Renadaaudri@gmail.com) , [2Claretta.dici@gmail.com](mailto:Claretta.dici@gmail.com)

ABSTRACT

Until the beginning of August 2023, there were around 412 million views of content containing achievements and the desire to become an independent woman through the hashtag #independentwoman. This phenomenon resulting from the TikTok algorithm ultimately gives rise to various content related to high value and similar content to build self-confidence. One of these TikTok accounts is @Yourmood with a specific audience as of October 2023, having around 19.9 thousand followers. This research aims to analyze the influence of the Tiktok Independent Woman Motivation @Yourmood content variable on the variable of increasing self-confidence in followers. The theory used in this study is the Stimulus-Organism-Response theory. This research adopts a quantitative approach. The sampling technique used is non-probability sampling, specifically accidental sampling, with a sample size of 100 respondents. Data collection is conducted through a questionnaire. The research is analyzed using descriptive statistics, linearity tests, normality tests, heteroskedasticity tests, simple linear regression analysis, coefficient of determination, and correlation tests using SPSS. The results of the research indicate an influence of TikTok content, Independent Woman Motivation @Yourmood, on the improvement of self-confidence by 56.4%, which is of moderate significance. This means that the content of TikTok @Yourmood does not account for the total influence on the improvement of self-confidence by any other factors.

Keywords: *New Media, TikTok, Self-confidence, Independent Woman, Stimulus-Organisme-Respons*

I. PENDAHULUAN

Menurut Claretta et al. (2022) media sosial memiliki kekuatan untuk saling terhubung dan menyebarkan informasi di seluruh dunia secara sekaligus. Pada we are social awal tahun 2023 pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai sebesar 109,9 juta pengguna dengan usia 18 tahun ke atas (Kemp, 2023). Terdapat fenomena hasil dari algoritma TikTok yang sempat tren terkait cuplikan video Tiktok berupa independent woman motivation. Independent woman sendiri merupakan representatif seorang wanita yang mampu memenuhi segala keinginannya sendiri dan fokus akan karir. Menurut Van Dijk dalam Najibulloh et al. (2022) media sosial adalah platform yang berfokus memfasilitasi pengguna dalam beraktifitas online. Dari berbagai konten yang beredar cukup banyak masyarakat tertarik terhadap konten tersebut. Hingga awal bulan Agustus 2023 diperoleh sekitar 412 juta tayangan konten yang berisikan pencapaian hingga keinginan untuk menjadi independent woman melalui tagar #independentwoman. Dari tren tersebut akhirnya memunculkan berbagai konten terkait high value, alpha woman, dan konten lainnya dengan tampilan kalimat motivasi untuk membangun rasa kepercayaan diri. Pada akhir-akhir ini pengguna TikTok terutama wanita mulai

banyak berubah sikap dan mulai percaya diri. Pada penelitian sebelumnya belum membahas terkait keterkaitan antara konten independent woman motivation terhadap peningkatan self confidence.

Menurut Suryatama (2021) pengaruh terpaan informasi dari aktivitas menonton instastory terhadap tingkat kepercayaan diri berkategori rendah 4,8%. Menurut Adawiyah (2020) pengaruh penggunaan TikTok terhadap kepercayaan diri remaja Kabupaten Sampang sebesar 54,5%. Perbedaan hasil membuat peneliti ingin mengetahui apakah dengan indikator dan variabel konten independent woman motivation yang berbeda dengan penelitian sebelumnya mampu memberikan pengaruh atas peningkatan self confidence seseorang. Adapun konten independent woman motivation apakah dapat lebih efektif menjadi acuan dalam meningkatkan self confidence seseorang.

Salah satu akun TikTok terkait independent woman motivation adalah @Yourmood. Akun TikTok @Yourmood merupakan salah satu creator TikTok yang memberikan informasi seputar kalimat motivasi pada media sosial TikTok. Akun TikTok @Yourmood secara konsisten menyajikan 1-3 konten per minggu dengan topik konten yang sama. Hal ini yang menjadikan @Yourmood memiliki audiens

yang spesifik. Akun TikTok @Yourmood menampilkan konten bagi pengguna TikTok sejak tahun 2022 dan hingga bulan Oktober 2023 memiliki sekitar 19,9 ribu followers. Konten yang ditampilkan pada akun TikTok @Yourmood di dominasi oleh topik informasi seputar independent woman. Melalui akun TikTok @Yourmood juga sering menampilkan terkait tips untuk follower - nya dalam pengembangan dirinya, seperti cara menjadi high value, tips mengembangkan diri dan cara membangun kepercayaan diri.

Penelitian ini penting dilakukan agar menjadi gambaran bagi individu atau institusi terkait efektifitas konten sebagai media dalam meningkatkan self confidence terutama pada indikator percaya akan kemampuan diri, mandiri, pemikiran positif, dan berani berpendapat. Adapun akses konten independent woman motivation yang terus menerus apakah mampu menjadi langkah efektif dalam meningkatkan rasa kepercayaan diri. Dari berbagai fenomena yang telah terjadi dan di temukan terutama di Indonesia membuat topik ini cukup unik untuk dibahas karena masih kurang adanya penelitian serupa. Berdasarkan uraian tersebut, memberikan kesempatan penulis untuk tertarik dalam mencermati dan meneliti terkait pengaruh konten TikTok independent

woman motivation @Yourmood terhadap peningkatan self confidence pada followers.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini untuk menemukan keterkaitan pengaruh antara konten Tiktok independent woman motivation @Yourmood terhadap peningkatan *self confidence* pada *followers* menggunakan kuantitatif deskriptif.

Subjek dalam penelitian ini adalah followers pada akun TikTok @Yourmood. Adapun objek dalam penelitian ini adalah pengaruh konten TikTok @Yourmood terhadap peningkatan self confidence. Paradigma sederhana di dalam penelitian ini adalah variabel independen (Konten TikTok Independent Woman Motivation @Yourmood) dan variabel dependen (Peningkatan *Self Confidence*). Alat ukur yang digunakan dalam instrumen penelitian akan diuji dengan uji validasi dan reliabilitas.

Populasi yang dipilih menjadi responden adalah *followers* Tiktok @Yourmood dengan jumlah 19.900 followers yang ditarik melalui akun @Yourmood bulan Oktober 2023. Sampel pada penelitian ini adalah persentase sebagian dari populasi yang

akan dipilih menggunakan teknik pengambilan sampel teknik accidental sampling (sampel tanpa sengaja) dari followers TikTok @Yourmood.

Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Adapun pada penelitian ini jumlah sampel yang dapat diambil, yakni:

$$n = \frac{19900}{1 + 19900(0,1)^2} = \frac{19900}{200} = 99,50$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan teknik Slovin adalah 99,50. Jumlah tersebut merupakan total sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini dengan dibulatkan menjadi 100 responden.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di sebar secara daring. Kuesioner disebar menggunakan link google form melalui personal chat, grup whatsapp, dan Telegram kepada followers akun TikTok @Yourmood. Kuesioner pada penelitian ini bersifat tertutup. Penelitian ini menggunakan skala Likert. Penelitian ini juga di analisis menggunakan statistic deskriptif, uji linearitas, uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji regresi linear sederhana, koefisien determinasi dan uji korelasi menggunakan SPSS 25.0.

Adapun terdapat dua hipotesis pada penelitian ini. (Ho), yakni tidak terdapat pengaruh antara konten Tiktok independent woman motivation @Yourmood terhadap peningkatan self confidence pada followers. (H1), yakni ada pengaruh antara konten Tiktok independent woman motivation @Yourmood terhadap peningkatan *self confidence* pada *followers*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada beberapa postingan konten @Yourmood menjadi tempat berdiskusi bagi *followers*. Adapun konten TikTok @Yourmood juga menjadi tempat berbagai pendapat terkait isi konten pada kolom komentar. Pemilik akun @Yourmood juga aktif memberikan umpan balik berupa “like” kepada setiap audiens yang memberikan komentar pada akun TikTok @Yourmood. Konten yang dikemas dengan text singkat secara jelas seringkali menjadi perhatian oleh kalangan millennial. Adapun objek penelitian pada penelitian ini adalah pengaruh konten TikTok @Yourmood terhadap peningkatan *self confidence*.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Linaritas

Pengujian penelitian menggunakan uji linearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan signifikan pada kedua variabel.

Tabel 1: Nilai Uji Linearitas

N	Sig. Deviation from Linearity
100	.103

Sumber: Data yang diolah SPSS 25.0

Berdasarkan uji linearitas pada tabel di atas diperoleh hasil jika nilai *Sig. Deviation from Linearity* pada penelitian ini sebesar $0,103 > 0,05$. Adapun berdasarkan kriteria pada uji linearitas data dapat dianggap linear apabila nilai *signifikansi linearity* $\geq 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara konten *TikTok Independent Woman Motivation @Yourmood* terhadap peningkatan *self confidence*.

2. Uji Normalitas

Pengujian penelitian menggunakan uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kenormalan distribusi data pada populasi dalam suatu penelitian. Uji Normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smimov*. Adapun berikut adalah hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 2 Nilai Uji Normalitas

N	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
---	------------------------------------

100	Asymp. Sig. (2-tailed)	.98 ^c
-----	------------------------	------------------

Sumber: Data yang diolah SPSS 25.0

Berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel di atas diperoleh hasil jika nilai signifikansi dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini sebesar $0,98 > 0,05$. Adapun berdasarkan kriteria pada uji normalitas *Kolmogorv-Smirnov* data dapat dianggap terdistribusi normal apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian pengaruh konten *TikTok Independent Woman Motivation @Yourmood* terhadap peningkatan *self confidence* terdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedasitas

Pengujian penelitian menggunakan uji heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variasi residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Adapun berikut adalah hasil uji heteroskedasitas pada penelitian ini:

Tabel 3 Nilai Uji Heteroskedasitas

N	Sig. Regression
100	.282 ^b

Sumber: Data yang diolah SPSS 25.0

Berdasarkan uji heteroskedasitas pada tabel di atas diperoleh hasil jika nilai

signifikansi pada penelitian ini sebesar $0,282 > 0,05$. Adapun berdasarkan kriteria pada uji heteroskedasitas data dapat dianggap tidak terjadi gejala heteroskedasitas apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan apabila penelitian pengaruh konten TikTok *Independent Woman Motivation* @Yourmood terhadap peningkatan *self confidence* tidak terdapat gejala heteroskedasitas.

Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan yang dihasilkan apakah positif atau negative pada variabel X dan variabel Y. Pengujian ini juga digunakan apakah terdapat hubungan antara kedua variabel dan memperkirakan bagaimana nilai variabel Y jika nilai variabel X naik atau turun. Adapun berikut adalah hasil uji regresi linear sederhana pada penelitian ini:

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

	Unstandardized B	t
Constant	21.809	14.613
Konnten Tiktok @Yourmood	.563	11.268

Sumber: Data yang diolah SPSS 25.0

Berdasarkan uji regresi linear sederhana pada tabel di atas diperoleh hasil jika nilai constant pada penelitian ini sebesar 21,809

dan nilai variabel X sebesar 0,563. Adapun berdasarkan rumus persamaan regresi dapat memperoleh hasil, yakni:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 21,809 + 0,563 X$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dinyatakan apabila variabel X atau konten TikTok @Yourmood sebesar 21,809 dan variabel Y atau peningkatan *Self Confidence* sebesar 0,563. Adapun setiap terjadi penambahan 1% pada nilai variabel X (konten TikTok *independen woman motivation* @Yourmood) maka nilai variabel Y (*Self Confidence*) bertambah sebesar 0,563. Berdasarkan hipotesis statistic di atas dapat diperoleh hasil jika H_0 ditolak dan H_1 terima.

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diperoleh juga jika nilai signifikansi sebesar $0 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan jika variabel konten TikTok @Yourmood berpengaruh terhadap peningkatan *self confidence* pada *followers*. Adapun berdasarkan pada nilai t pada tabel diatas sebesar $11,268 > 0,1966$ dimana nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel pada 100 responden maka dapat disimpulkan apabila H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat dinyatakan apabila variabel konten TikTok *independent woman motivation* @Yourmood berpengaruh terhadap peningkatan *self confidence* pada *followers*.

2. Koefisien Determinasi

Pengujian penelitian menggunakan koefisien determinasi untuk mengetahui apakah variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Hal ini untuk mengukur seberapa tinggi pengaruh konten TikTok *independent woman motivation @Yourmood* terhadap peningkatan *self confidence* pada *followers*

Tabel 5 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
.751 ^a	.564	.560

Sumber: Data yang diolah SPSS 25.0

Berdasarkan pada tabel di atas diperoleh hasil R square sebesar 0,564 yang artinya pengaruh variabel independen (X) yaitu konten TikTok *independent woman motivation @Yourmood* terhadap variabel dependen (Y) yaitu peningkatan *self confidence* sebesar 56,4% dan berpengaruh sedang. Sedangkan sisanya sebesar 43,6% peningkatan *self confidence* pada *followers* dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Uji Korelasi

Pengujian penelitian menggunakan uji korelasi digunakan untuk melihat seberapa besar derajat hubungan dari kedua variabel yakni variabel konten TikTok *Independent Woman Motivation @Yourmood* terhadap *Self Confidence* pada *followers* menggunakan

Rumus Pearson Product Moment. Adapun berikut adalah hasil uji korelasi pada penelitian ini:

Tabel 6 Hasil Uji Korelasi

	Konten TikTok @Yourmood dan Self Confidence
Pearson Correlation	.751**
Sig. (2-tailed)	.000

Sumber: Data yang diolah SPSS 25.0

Berdasarkan uji korelasi pada tabel di atas diperoleh hasil jika nilai *signifikasi pearson correlation* pada penelitian ini sebesar $0 < 0,05$. Adapun berdasarkan kriteria pada uji korelasi data dapat dianggap memiliki hubungan di setiap variabel apabila nilai signifikasi $< 0,05$. Adapun korelasi antara variabel konten TikTok *Independent Woman Motivation @Yourmood* terhadap peningkatan *self confidence* sebesar 0,751 dengan tingkat korelasi kuat. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan H_1 diterima yang mana menandakan bahwa terdapat korelasi kedua variabel dengan tingkat kekuatan hubungan yang kuat. Adapun arah hubungan pada kedua variabel masuk kearah positif. Artinya akses konten TikTok *Independent Woman Motivation @Yourmood* semakin tinggi maka nilai variabel *self confidence* juga semakin tinggi dan sebaliknya.

Pembahasan

Menurut Rakhmat dalam (Anggriani et al., 2022) menjelaskan apabila selain durasi, frekuensi pengaruh konten dapat diukur menggunakan sikap. Apabila dilihat berdasarkan indikator sikap maka responden memberikan sikap yang cukup positif saat mengakses konten TikTok @Yourmood dengan dibuktikan apabila responden memahami setiap isi konten karena dikemas dengan text singkat secara jelas dan membentuk sikap ketertarikan pada akun TikTok @Yourmood pada kategori sedang. Apabila dilihat berdasarkan frekuensi maka responden memberikan intensitas yang cukup positif saat mengakses konten TikTok @Yourmood dengan menonton, memberikan respon berupa like dan posting ulang pada kategori sedang. Adapun apabila dilihat berdasarkan durasi maka sebagian besar responden memberikan intensitas yang cukup tinggi saat mengakses konten TikTok @Yourmood saat melihat, membaca, dan mendengarkan lebih dari 2 menit/minggu pada kategori sedang. Ketiga indikator berupa sikap, frekuensi, dan durasi berada pada kategori sedang sebesar 76%.

Menurut Blumler dalam (Prasetya et al., 2020) terdapat beberapa factor individu menggunakan media social. Sebagaimana terkait factor yang menyebabkan seseorang mengakses *new media*, yakni *surveillance*,

curiosity, *diversion*, dan *personal identify*. Pada hasil penelitian ini factor seseorang mengakses konten TikTok @Yourmood dapat dipengaruhi oleh kontrol apa yang ditonton, rasa ingin tahu atas konten TikTok @Yourmood, pengalihan media responden tidak hanya dari dari konten TikTok @Yourmood dan bentuk mengembangkan diri dan membuktikan diri bukan melalui konten TikTok @Yourmood. Akun TikTok @Yourmood secara konsisten menyajikan 1-3 konten per minggu dengan topik konten yang sama seperti cara menjadi *high value*, tips mengembangkan diri dan cara membangun kepercayaan diri Hal ini yang menjadikan @Yourmood memiliki audiens yang spesifik. Akun TikTok @Yourmood menampilkan konten bagi pengguna TikTok sejak tahun 2022 dan hingga bulan Oktober 2023 memiliki sekitar 19,9 ribu *followers*.

Menurut Lauster dalam (Alyah & Munandar, 2023) menguraikan ada empat aspek dalam *self confidence* berupa percaya kemampuan diri, mandiri, pemikiran positif, dan berani berpendapat berada pada kategori sedang sebesar 66%. Apabila dilihat berdasarkan aspek percaya kemampuan diri maka dengan intensitas tertentu pada konten @Yourmood responden mampu menjadi lebih percaya diri akan kemampuan dirinya. Adapun terdapat skor dengan nilai terendah

yaitu pada indikator berani berpendapat. Hal ini karena responden berusia antara 22-25 tahun dimana pada usia tersebut seseorang berada pada masa peralihan dan pencarian jati diri seperti peralihan remaja menuju dewasa, peralihan dari dunia kuliah ke dunia kerja dan peralihan dari status lajang ke status pernikahan. Adapun berdasarkan permasalahan tersebut mampu menghambat seseorang berani berpendapat karena lingkungan baru dan condong terhadap rasa kurang percaya diri.

Berdasarkan teori yang digunakan yaitu *Stimulus-Organisme-Response* (S-O-R) secara tidak langsung dapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten TikTok *independent woman motivation @Yourmood* terhadap peningkatan *self confidence* pada *followers*. Hal ini dapat disimpulkan jika konten TikTok *@Yourmood* (stimulus) mampu mempengaruhi *followers* (organisme) yang menonton konten tersebut sehingga memberikan respon berupa peningkatan *self confidence* (response). Berdasarkan temuan dari hasil yang diperoleh akibat adanya pengaruh konten TikTok *independent woman motivation @Yourmood* terhadap peningkatan *self confidence* pada *followers* sebagai berikut:

1) Pengaruh konten TikTok *independent woman motivation @Yourmood* terhadap

peningkatan *self confidence* pada *followers* bernilai sedang 56,4% berdasarkan uji koefisien determinasi.

2) Pada konten TikTok *independent woman motivation @Yourmood* mampu memberikan informasi seputar kepercayaan diri sehingga ketika individu atau audiens mengakses setiap konten TikTok *independent woman motivation @Yourmood* mampu membuat perubahan pada peningkatan *self confidence*.

3) Responden mengalami respon pada perubahan *self confidence* berupa keberanian tampil di depan public untuk menampilkan kemampuannya dan mampu menyelesaikan tanggung jawabnya secara mandiri

4) Responden juga mengalami respon pada perubahan *self confidence* yakni dalam menghadapi berbagai situasi yang kurang baik menjadi lebih berpikiran positif dan percaya mampu memberikan pendapat saat diskusi di depan umum

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian dan hasil analisis data diperoleh jika H1 diterima dengan maksud ada pengaruh antara konten Tiktok *independent woman motivation @Yourmood* terhadap peningkatan *self confidence* pada

followers.

Penelitian ini membuktikan apabila teori S-O-R memiliki keterkaitan pada penelitian ini saat individu atau audiens (organisme) mengakses setiap konten TikTok independent woman motivation @Yourmood (stimulus) dan mampu membuat perubahan pada peningkatan *self confidence (response)*. Respon yang diberikan dapat berupa keberanian tampil di depan publik untuk menampilkan kemampuannya, mampu menyelesaikan tanggung jawabnya secara mandiri, mampu menghadapi berbagai situasi yang kurang baik, menjadi lebih berpikiran positif dan percaya mampu memberikan pendapat saat diskusi di depan umum.

Penelitian ini menghasilkan pengaruh sedang antara konten Tiktok independent woman motivation @Yourmood terhadap peningkatan *self confidence* sebesar 56,4%. Konten TikTok independent woman motivation @Yourmood mampu meningkatkan *self confidence* pada individu namun terdapat faktor lain di luar indikator yang digunakan oleh peneliti juga mampu menjadi acuan individu dalam meningkatkan *self confidence*.

Faktor lain seperti lingkungan keluarga, masyarakat, sekolah, teman sebaya dan media sosial lainnya. Tindakan mengakses konten seperti konten motivasi lainnya di luar

TikTok @Yourmood dapat menjadi faktor lain dalam mempengaruhi peningkatan *self confidence* pada individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang*. 14(2), 135–148.
- Alyah, A. N., & Munandar, D. R. (2023). *Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Matematika Pada Siswa Confidence Levels With Mathematical Ability In Junior High School Students*. 2, 370–379.
- Anggriani, S., Husna, A., Juliani, R., & Fahrimal, Y. (2022). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Pada Kanal Youtube Tasya Farasya Terhadap Perilaku Merias Wajah Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*. 1(2), 111–123.
- Annisa, A., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). *Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018*. 12(1), 86–109.
- Claretta, D., Arsy, F. S., Komarullah, A. R., & Hanan, B. (2022). *Peran*

- Campaign Lewat Media Sosial Instagram (Into The Light Dalam Membangun Public Awareness).* 2(1), 153–162.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Japan, C. O. (N.D.). *Society 5.0*. (Online). Diakses 7 September 2023 https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html
- Kemp. (N.D.). *Digital 2023 Indonesia*. (Online). Diakses 7 September 2023 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Najah, N., & Kuryanto, M. S. (2022). *Verbal Bullying Siswa Sekolah Dasar Dan Pengaruhnya Terhadap Hasil Belajar*. 8(3), 1184–1191. <https://doi.org/10.31949/education.v8i3.3060>
- Najibulloh, Y., Komalawati, E., & Wilantara, M. (2022). Analisis Wacana Kritis Pada Akun Twitter @Fadlizon Tentang Wacana OMNIBUS LAW Cipta Kerja Dengan Pendekatan Model Tuen A. Van Dijk. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v7i1.5863>
- Nasher, A., & Amani, N. N. (2020). *Pengaruh Vlog Youtube Jerome Polin Terhadap Minat Siswa Smanu M.H. Thamrin Melanjutkan Studi Ke Jepang*. 4(2), 167–177.
- Prasetya, W., Hijrah, L., & Boer, K. M. (2020). *Efek Terpaan Belanja Online Melalui*. 8(3), 153–166.
- Putri, N. D. R., & Sudaryanto, E. (2022). *Pengaruh Terpaan Press Release Angka Kematian Akibat Covid-19 Oleh Satgas Terhadap Tingkat Kecemasan Anak Remaja Di Sma N 1 Tarakan*. 02(03), 95–109.
- Suryatama, Y. H. (2021). *Pengaruh Terpaan Informasi Dari Aktivitas Menonton Insta Story Terhadap Tingkat Kepercayaan Iri Pada Penonton Insta Story*.

