



Contents lists available at [Journal IICET](#)

Education and Social Sciences Review

ISSN: 2720-8915 (Print) ISSN: [2720-8923](#) (Electronic)

Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/essr>



Utilizing the tik-tok application to increase confidence in late teenagers to late adults

Adventania Martahelan Date Doni¹, Ella Oktisaputri¹, Lara Lara¹, Beatrix Wea¹, Jeremiah Efata Papahang¹

¹Department of Guidance & Counseling, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta

Article Info

Article history:

Received Jan 22th, 2022

Revised Feb 26th, 2022

Accepted Mar 24th, 2022

Keyword:

TikTok

Confidence

Late teenagers

Late adults

Dance therapy

ABSTRACT

Tik-tok is an audio-visual-based social media application that contains short videos of a certain duration, with interesting features such as the latest music, unique filters, comment fields, video stitch features and others. Usually TikTok videos contain tips & tricks, trending dances, knowledge and so on that can be made by yourself or others. Videos made by other people will pass through our fyp or TikTok app homepage, then we can watch and comment on them. This research was conducted to find out how the level of self-confidence possessed by individuals from adolescence to late adulthood, when making TikTok videos of ideals vs reality that happened to themselves. The research method used is research and development, the population in this study is TikTok users aged 17 to 25 years totaling 25 people. The data obtained were then processed and analyzed using Person Centered Therapy Theory by adapting the WDEP Technique from Reality Theory. The results showed that on average the subjects felt happy when making TikTok videos of ideals vs. reality because it had various benefits that made them realize that they had accepted the reality of life that had happened, and they felt confident with who they were today.



© 2022 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Doni, A. M. D. D.,

Department of Guidance & Counseling, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta

Email: marthalenatania@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan zaman di masa sekarang semakin pesat, selain itu juga teknologi yang membawa perubahan cukup besar bagi kehidupan manusia (Situmorang, 2020). Dengan adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat ini, banyak munculnya jejaring sosial yang memudahkan setiap individu untuk dapat berkomunikasi. Selain itu dengan munculnya smartphone yang canggih, kini banyak sekali dilengkapi oleh fitur-fitur yang menarik dan juga sangat bervariasi dari resolusi kamera yang rendah hingga juga tinggi. Munculnya berbagai platform penyedia pembuatan video dengan fitur yang menarik, sehingga hal ini yang merajai para pengguna smartphone (Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, 2018). Hal ini terbukti dari video-video yang cukup banyak tersebar di media sosial, baik itu dari Negara luar maupun Indonesia.

Salah satunya platform yang sekarang ini paling populer dalam pembuatan video adalah TikTok (Situmorang, 2021a). Aplikasi ini yang memungkinkan para penggunanya membuat video dalam waktu 15 hingga 60 detik, yang dilengkapi dengan berbagai fitur menarik yang telah tersedia dalam aplikasi tersebut. Sehingga dengan berbagai fitur yang telah disediakan maka para pengguna dapat melakukan berbagai gaya

maupun tarian. Dari aplikasi TikTok ini juga, yang dapat memungkinkan setiap individu untuk dapat mengekspresikan dirinya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek bernama Douyin. Aplikasi TikTok ini juga banyak digemari oleh banyak orang, mulai dari kalangan remaja, anak kecil hingga orang dewasa. Selain sebagai aplikasi hiburan, aplikasi TikTok ini juga dapat bermanfaat untuk hal yang positif misalnya sebagai sumber lahan bisnis. Selain itu juga para pengguna aplikasi Tiktok ini juga dapat menampilkan eksistensi diri mereka, melalui video yang mereka buat.

Dalam hal ini ada salah satu perkembangan yang harus terpenuhi yaitu, mengenai kepercayaan diri. (Adawiyah, 2020). Terkait dengan kepercayaan diri ini, tentunya terkait dengan hal-hal yang positif. Kepercayaan diri (self-confidence) merupakan percaya pada kemampuan dan penilaian diri sendiri untuk dapat melakukan suatu pekerjaan serta mencari keefektifan pendekatan yang diperlukan. Menurut Hakim dalam Kartini (2019), kepercayaan diri merupakan segala sesuatu dimana dapat mencapai tujuan dalam hidupnya disertai dengan keyakinan positif tentang kelebihan yang dimilikinya.

Dalam hal ini, adapun pemanfaatan dari aplikasi TikTok untuk dapat meningkatkan kepercayaan diri dan mendapatkan hal-hal yang positif jika dimanfaatkan dengan baik. Dari aplikasi TikTok ini, individu juga dapat memanfaatkan untuk memenuhi salah satu tugas perkembangannya yaitu kepercayaan diri. Dalam pembuatan video TikTok juga dapat dilakukan dimana saja dan juga kapan saja, selain itu juga konsep video tidak ditentukan. Sehingga individu bebas untuk berekspresi dan tidak hanya terfokus pada satu tema saja. Dengan begitu, maka setiap orang dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka melalui video yang dibuat.

Dari aplikasi TikTok juga para penggunanya juga dapat memperoleh berbagai informasi, yang sebelumnya belum diketahui. Dari video-video yang mereka buat, dapat disimpan. Sehingga dapat diunggah di Instagram maupun Youtube, yang dapat menambah *followers* dan *likers* pada akun yang mereka buat. Maka dari platform TikTok inilah banyaknya muncul kreativitas-kreativitas baru, yang mendorong mereka untuk dapat memikirkan ide-ide yang kreatif (Priambodo, 2018).

Menurut Situmorang (2016), kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya. Maka dari pembuatan video ini, mereka dapat menimbulkan ide-ide baru yang kreatif.

Kajian Literatur

Person Centered Therapy

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Person Centered Therapy* karena ingin melihat *real self* dan *ideal self* pada individu. Pendekatan *Person Centered Therapy* dikembangkan oleh seorang tokoh bernama Carl Rogers, tepatnya pada tahun 1940-an. Dalam teori ini memiliki sebuah kepercayaan yang mendalam pada manusia. Rogers percaya manusia mampu bersosialisasi dan bergerak maju, berjuang untuk berfungsi penuh. Pendekatan ini menentang apa yang disebut sebagai keputusan dan ketidakberdayaan dalam pandangan psikoanalitik tentang manusia dan di lain pihak menentang konsepsi menerima apa adanya seperti yang digambarkan dalam behaviorisme. Psikologi humanistik lebih penuh harapan dan optimistik terhadap manusia.

Teori *Person Centered Therapy* berlandaskan suatu filsafat tentang bagaimana manusia menyusun dirinya sendiri menurut persepsi-persepsinya tentang kenyataan. Orang bermotivasi untuk mengaktualisasikan diri dalam kenyataan di persepsinya. Maka diperlukan adanya konsep diri dalam menghadapi masalah yang dihadapi tersebut, agar mencapai aktualisasi diri yang seseorang miliki. Manusia memiliki kesanggupan untuk mengarahkan diri dan melakukan perubahan pribadi yang konstruktif.

Terapi ini berfokus pada pribadi (*person centered therapy*) didasarkan pada kepercayaan fundamental, bahwa manusia itu pada intinya terpercaya, sosial dan kreatif. Ekspresi praktis kepercayaan tersebut adalah kemauan terapis untuk menggosongkan posisi keahliannya dan justru bekerja untuk memungkinkan konseli menyadari sumber daya dan pemahaman dirinya. Konseling berfokus pribadi menekankan pentingnya pengalaman individual. Pada intinya terapi ini adalah teori relasi, yang mengakui saling ketergantungan dengan cara memberikan jalan menuju komunikasi yang dalam dan bisa diterima dengan orang lain.

Rogers meyakini bahwa didalam diri setiap manusia itu harus memiliki 3 konsep dasar kepribadian, diantaranya (1) *Organism*: merupakan individu itu sendiri yang mencakup aspek fisik, maupun psikologis, (2) *Phenomenal Field*: Pengalaman hidup yang bermakna secara psikologis bagi individu selama rentang

kehidupan, dan (3) *Self*: Interaksi antara organisme dengan *Phenomenal Field*. berdasarkan ketiga konsep dasar manusia ini dapat dikatakan bahwa manusia itu berpacu dalam *real self* dan *ideal self*.

Social Media

Menurut Siddiqui & Singh (2016), ditinjau dari sisi pendidikan, media sosial memberikan dampak positif untuk membantu siswa belajar dan mengerjakan tugas secara efektif, membantu guru untuk melakukan pembelajaran secara online dengan membagikan materi dan tugas dengan bantuan media sosial secara maksimal, membantu para siswa mendapatkan referensi perencanaan karier setelah selesai menempuh pendidikan (Situmorang & Salim, 2021). Forbes.com (20/12/18) mengemukakan bahwa Instagram bukan hanya aplikasi jejaring sosial yang dibuat untuk berbagi foto dan video dari smartphone. Sejak Juni 2018, Instagram hampir memiliki 1 miliar pengguna aktif bulanan dan terus berkembang selangkah lebih maju didepan Twitter atau Pinterest. Dengan demikian, sebuah cara baru dalam berbisnis pun lahir, sebanyak 80% pengguna mengikuti setidaknya satu merek di Instagram, sebanyak 60% pengguna belajar tentang produk baru melalui Instagram, dan sebanyak 30% pengguna mengatakan bahwa mereka telah membeli produk yang mereka temukan di Instagram. Angka-angka tersebut berbicara tentang kekuatan luar biasa dari Instagram. Sebanyak 41% pengguna Instagram termasuk dalam golongan usia dibawah 24 tahun, hal tersebut mengantarkan Instagram meraih penghargaan sebagai jejaring sosial remaja yang paling disukai. Maka terdapat kemungkinan dampak Instagram terhadap kesejahteraan dan kesehatan mental.

Metode

Participants

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna TikTok yang berusia 17 sampai 25 tahun berjumlah 25 orang atau yang bisa disebut dengan 25 orang dengan usia remaja akhir hingga dewasa akhir.

Procedure and Design

Penelitian pengembangan atau Research and Development (R & D) yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk (Sugiyono, 2012). Desain video TikTok dengan durasi 60 detik dengan lagu yang berjudul *brave*. Isi dari Video dengan durasi 60 detik yaitu di awalan lagu responden akan mengungkapkan cita-cita atau ekspektasi yang diinginkan, kemudian di bagian reff awal responden menuliskan Kenyataan dan perasaan yang didapatkan atau dirasakan dan di bagian reff kedua responden menuliskan Perasaan yang dirasakan saat ini. Video yang diupload di TikTok akan diberikan Caption "*Beauty for ashes*".

Measurement

Penelitian ini dilakukan dengan 2 kali uji coba, diantaranya uji coba dalam skala kecil dengan jumlah responden 5 orang dan skala besar dengan jumlah responden 25 orang.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang kami lakukan menggunakan media aplikasi TikTok terhadap beberapa responden mengenai pembuatan video "*cita-cita vs realita*", menghasilkan rincian data hasil penelitian yang didapatkan sebagai berikut:

Table 1 <Hasil Wawancara Pertama>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
1.	Bagaimana perasaan kamu setelah membuat video?	Rata-rata testee merasa senang. Namun ada juga yang menjawab malu, agak tidak percaya diri, khawatir dan santai banget.

Berdasarkan tabel 1 hasil wawancara pertanyaan pertama, mengenai perasaan para responden saat membuat video rata-rata mereka merasa senang dan santai. Namun, ada juga beberapa responden yang merasa malu, agak tidak percaya diri, dan merasa khawatir yang disebabkan karena mereka baru pertama kali membuat video tiktok.

Table 2 <Alasan Merasakan Berbagai Macam Perasaan>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
2.	Mengapa kamu merasa (senang, sedih, pede, kesal)?	Jawaban dari para subjek ada beragam seperti khawatir karena baru pertama kali mencoba, tidak percaya diri karena jarang membuat TikTok, senang karena percaya diri.

Berdasarkan tabel 2 alasan mengapa para responden merasakan berbagai macam perasaan seperti senang, sedih, pede, kesal, khawatir, ataupun merasa santai adalah karena baru pertama kali mencoba TikTok, ada yang merasa senang karena percaya diri, ada yang tidak percaya diri karena jarang membuat TikTok dan berbagai macam alasan lainnya.

Table 3 <Hasil Wawancara>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
3.	Hal positif apa yang kamu dapatkan setelah membuat video?	<i>Testee</i> jadi mengetahui bahwa hal-hal kecil itu bisa membuahkan suatu hal positif, selain itu juga ternyata banyak hal yang bisa disyukuri, dan juga dapat mengungkapkan perasaan.

Berdasarkan tabel 3 berdasarkan hasil wawancara para *testee* sangat senang dan mereka juga mendapatkan banyak hal - hal positif setelah membuat video itu. Hal positif yang didapatkan para *testee* antara lain mereka jadi mengetahui hal - hal kecil yang sebelumnya mereka tidak pernah sadari, menjadi lebih bersyukur dengan apa yang sudah didapat sekarang dan lewat video ini *testee* bisa lebih bersyukur dengan apa yang telah dimiliki.

Table 4 <Hasil Wawancara>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
4.	Apakah kamu akan mengajak teman-temanmu untuk membuat video ini?	<i>Testee</i> ada yang menjawab ingin mengajak temannya, dan ada yang tidak mau mengajak karena sebagian besar teman mereka jarang mau membuat TikTok.

Berdasarkan tabel 4 banyak dari *testee* yang telah membuat video ini ada yang ingin mengajak temannya dan ada yang enggan mengajak temannya membuat video. Hal itu terjadi karena menurut para *testee* tidak semua individu memiliki akun TikTok dan tidak semua Individu berani untuk mengekspresikan dirinya.

Table 5 <Hasil Wawancara>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
5.	Menurut kamu apa tujuan dari pembuatan video ini?	Menurut <i>testee</i> tujuannya adalah memberikan pengetahuan atau informasi kepada orang lain apa yang kita harapkan, yang kadang tidak sesuai dengan realitanya tetapi tetap bisa ambil makna positif dari kejadian tersebut, belajar bersyukur dan juga untuk sharing <i>experience</i> .

Berdasarkan tabel 5 dari hasil wawancara, tujuan dari pembuatan video ini adalah memberikan pengetahuan dan juga informasi dari apa yang menjadi harapan mereka meskipun tidak sesuai dengan realitanya tetapi masih terdapat banyak hal positif yang dapat mereka ambil.

Table 6 <Hasil Wawancara>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
6.	Apakah tema yang diangkat menarik?	Sebagian besar menjawab menarik.

Berdasarkan tabel 6 dari hasil wawancara, sebagian besar dari *testee* menjawab bahwa tema yang diangkat menarik. Selain menarik, terdapat hal positif dari pembuatan video yang mereka buat.

Table 7 <Hasil Wawancara>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
7.	Apakah lagu yang dipilih sesuai dengan tema yang ada ?	Sebagian besar menjawab sesuai, tetapi ada yang mengatakan susah untuk menghafal liriknya.

Berdasarkan tabel 7 dari hasil wawancara sebagian besar dari *testee* sesuai tetapi ada yang mempunyai Pendapat masing masing dan mengatakan susah untuk menghafal lirik nya

Table 8 <Jawaban *Testee*>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
8.	Apakah gerakan dari video ini mudah ditirukan ?	Sebagian besar menjawab mudah.

Berdasarkan tabel 8 dari hasil wawancara yang kami lakukan sebagian besar dari *testee* kami menjawab gerakan pada video sangat mudah ditiru.

Table 9 <Hasil Wawancara>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
9.	Apa kesulitan kamu selama membuat video?	Sebagian besar menjawab saat ingin membuat tulisannya, saat transisi, berekspresi dan gerakan yang kaku.

Berdasarkan tabel 9 Setelah membuat video para *testee* hampir semua merasakan kesulitan dalam hal membuat kalimat yang harus dimasukan kedalam video dan sulit untuk berekspresi saat membuat video.

Table 10 <Hasil Wawancara>

No.	Pernyataan	Kesimpulan jawaban
10.	Apakah kritik dan saranmu untuk project ini?	Jawaban <i>testee</i> bervariasi seperti ada yang menjawab agak susah mengedit tulisannya, gerakan video semoga dibuat lebih menarik agar dapat menarik perhatian orang-orang dan memberikan format yang sama kepada responden agar lebih mudah dipahami.

Berdasarkan tabel 10 Berdasarkan hasil wawancara *testee* memberikan kritik antara lain, cara mengedit tulisannya sangat susah, gerakan videonya harus dibuat lebih bervariasi lagi agar lebih menarik dan format video harus dibagikan kepada *testee* sebelum membuat video.

Pembahasan

Menurut Angga Anugrah Putra, *Head of User and Content Operations TikTok Indonesia*, selama dua tahun lebih TikTok hadir di Indonesia semakin banyak masyarakat yang menikmati untuk berkreaitivitas di TikTok. Menurut Robbins (2002) bahwa persepsi positif merupakan penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan yang positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Tentunya banyak hal-hal positif dan manfaat dari TikTok, aplikasi TikTok ini sangat bermanfaat dalam hal hiburan (Situmorang, 2021a). Dari hasil uji coba yang telah dilakukan, tentunya hasilnya bervariasi.

Kebanyakan dari *teeste*, tentunya mendapatkan hal yang positif dari video yang telah mereka buat. Selain itu *teeste* juga lebih dapat berpikir positif, setelah mereka membuat video tersebut dan juga mereka merasa terhibur dengan mereka membuat video. Hal ini karena, mereka lebih dapat membuka pikiran mereka. Yang ternyata, bahwa masih banyak hal-hal positif yang masih dapat mereka sukuri.

Pada masa pandemi seperti sekarang ini penggunaan media sosial seperti TikTok sangat baik untuk digunakan, selain agar dapat menarik banyak orang, aplikasi TikTok ini juga dapat memberikan suatu terapi ataupun kesenangan tersendiri bagi para penggunanya (Situmorang, 2021a). Menari sambil mendengarkan lagu (Situmorang, 2021b), kemudian memvideokan dan menguploadnya di media sosial dapat dijadikan sebagai alat untuk menunjang produktivitas diri dan *self-healing* untuk mengatasi kebosanan di masa seperti sekarang ini (Situmorang, 2021c). Hal ini tentu sangat baik bagi kondisi mental seseorang (Situmorang, 2021d). Selain itu, video "*cita-cita vs realita*" memiliki tema dan filosofinya yang menarik untuk diikuti. Yaitu karena adanya perbedaan cita-cita vs realita bagi tiap-tiap orang di dalam kehidupannya di masa lalu.

Penelitian ini menggunakan Teori *Person Centered Therapy* yang berlandaskan pada suatu filsafat tentang bagaimana manusia menyusun dirinya sendiri menurut persepsi-persepsinya tentang kenyataan. Menganggap bahwa orang bermotivasi untuk mengaktualisasikan diri dalam kenyataan persepsinya. Maka diperlukan adanya konsep diri dalam menghadapi masalah, agar mencapai aktualisasi diri yang seseorang miliki. Jadi secara langsung teori ini berhubungan dengan video "*cita-cita vs realita*" yang menjadi sumber penelitian kami. Karena video ini berfokus pada kondisi suatu individu yang memiliki persepsi ataupun pemikirannya sendiri terhadap ekspektasi yang ingin didapatkan. Namun, ternyata karena ada suatu kendala tertentu, ekspektasi tersebut tidak dapat individu tersebut capai. Sehingga mengharuskan dirinya untuk dapat menerima keadaan yang sekarang dengan kondisi ataupun realita yang berbeda.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang penggunaan aplikasi sosial media khususnya TikTok, untuk mengetahui hal-hal positif yang bisa didapat walaupun tidak hal yang diimpikan tidak sesuai dengan harapan terbukti sangat berpengaruh. Aplikasi TikTok terbukti berhasil mengajak para penggunanya untuk lebih berfikir positif, karena berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian yang dilakukan melalui skala kecil dan skala besar mendapat respon yang cukup baik. Kebanyakan dari subjek setelah menggunakan membuat video TikTok ini berpendapat bahwa melalui konten yang diteliti ini memang sangat berdampak positif bagi mereka, yaitu seperti mereka menjadi mengingat apa yang sudah mereka lakukan hingga bisa sampai di titik ini, mencoba mencari hal positif yang mereka alami serta membuat para testi menjadi happy melalui gerakan dalam lagu yang dimainkan saat pembuatan video TikTok.

Referensi

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572.
- Chandra Kusuma, D. N. S., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 7(2), 77–83.
- Gladding, S. T. (2012). *Konseling profesi yang menyeluruh*. Jakarta: Indeks.
- Komalasari, G., & Wahyuni, E. (2011). *Teori dan teknik konseling*. Jakarta: Indeks.
- Prianbodo, B. (2018). Pengaruh "Tiktok" Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya. *Skrripsi*, 74.
- Sari, D., Madyan, M., & Mahendra, A. (2021). Penggunaan aplikasi TIK TOK sebagai ajang eksistensi diri (FENOMENOLOGI PENGGUNAAN TIK TOK pada Mahasiswa UIN SHULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI) (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Situmorang, D. D. B. (2016). Hubungan antara potensi kreativitas dan motivasi berprestasi mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling angkatan 2010 FKIP Unika Atma Jaya. *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, 1(1), 6-9. <http://dx.doi.org/10.26737/jbki.v1i1.97>
- Situmorang, D. D. B. (2020). Online/cyber counseling services in the COVID-19 outbreak: Are they really new?. *Journal of Pastoral Care & Counseling*, 74(3), 166-174. <https://doi.org/10.1177/1542305020948170>
- Situmorang, D. D. B. (2021a). Using TikTok app for therapy and sharing happiness in COVID-19 outbreak. *Addictive Disorders & Their Treatment*, 20(4), 595-596. <https://doi.org/10.1097/ADT.0000000000000255>
- Situmorang, D. D. B. (2021b). Dancing during labor in the midst of COVID-19 outbreak: as an alternative non-pharmacological treatment after digital interventions. *Journal of Public Health (Oxford, England)*. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdab315>
- Situmorang, D. D. B. (2021c). Music as a Healing Medicine in COVID-19 Pandemic. *Journal of Pastoral Care & Counseling*, 75(3), 224-226. <https://doi.org/10.1177/1542305020980343>
- Situmorang, D. D. B. (2021d). 'Herd stupidity' as a result of 'irrational beliefs': The mental health issues in the COVID-19 outbreak. *Asian Journal of Psychiatry*, 65, 102851. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2021.102851>
- Situmorang, D. D. B., & Salim, R. M. A. (2021). Perceived parenting styles, thinking styles, and gender on the career decision self-efficacy of adolescents: how & why?. *Heliyon*, 7(3), e06430. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06430>
- Stephen Palmer. (2011). *Konseling dan Psikoterapi (Cet.1)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar..
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71-75.