

## PENGARUH PARTISIPASI DALAM TREN VIRAL TIKTOK TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWA DI YOGYAKARTA

Dewi Ardyati Nurjanah<sup>1</sup>, Dhea Dhiwati<sup>2</sup>, Arif Irfanto<sup>3</sup>

[dewiard1105@gmail.com](mailto:dewiard1105@gmail.com)<sup>1</sup>, [dhiwatiidhea22@gmail.com](mailto:dhiwatiidhea22@gmail.com)<sup>2</sup>, [arifirfanto0911@gmail.com](mailto:arifirfanto0911@gmail.com)<sup>3</sup>

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh partisipasi mahasiswa dalam tren viral TikTok terhadap kepercayaan diri mereka. Menggunakan metode survei kuantitatif, penelitian ini menganalisis frekuensi, jenis tren, dan intensitas keterlibatan mahasiswa dalam TikTok serta dampaknya terhadap persepsi diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi dalam tren edukatif atau kreatif meningkatkan kepercayaan diri, sedangkan tren berbasis estetika cenderung memicu tekanan sosial dan rasa ketidakpuasan. Analisis regresi menunjukkan bahwa partisipasi dalam tren viral TikTok memengaruhi kepercayaan diri sebesar 81,4%, sedangkan 18,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini memberikan wawasan baru tentang dampak psikologis media sosial terhadap mahasiswa dan dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan program untuk meningkatkan penggunaan media sosial secara bijak.

**Kata Kunci:** Tiktok, Tren Viral, Kepercayaan Diri, Mahasiswa, Dampak Media Sosial.

*This study examines the impact of students' participation in TikTok viral trends on their self-confidence. Using a quantitative survey method, the research analyzes the frequency, type of trends, and intensity of student engagement on TikTok and its effects on self-perception. The findings reveal that participation in educational or creative trends boosts self-confidence, while aesthetic-focused trends tend to trigger social pressure and dissatisfaction. Regression analysis indicates that TikTok viral trend participation affects self-confidence by 81.4%, while the remaining 18.6% is influenced by other factors. These findings provide new insights into the psychological effects of social media on students and serve as a reference for developing programs to encourage mindful social media usage.*

**Keywords:** Tiktok, Viral Trends, Self-Confidence, Students, Social Media Impact.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi, terutama di kalangan generasi muda. Media sosial kini menjadi platform utama bagi individu untuk mengekspresikan diri, membangun jaringan sosial, dan mendapatkan validasi sosial (Yang et al. 2018). Salah satu platform yang sangat populer di kalangan anak muda, termasuk mahasiswa, adalah TikTok. Diluncurkan pada tahun 2016, TikTok menawarkan durasi video pendek dengan berbagai fitur kreatif yang mendorong pengguna untuk membuat dan mengikuti tren viral. Popularitas TikTok terus meningkat di Indonesia, menjadikannya media yang tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas diri dan pencarian pengakuan sosial (Teha et al. 2023). Mahasiswa sebagai kelompok yang berada dalam tahap transisi menuju kedewasaan sering kali menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan diri. Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan individu karena berpengaruh pada kemampuan bersosialisasi, prestasi akademik, hingga kesiapan memasuki dunia kerja. Menurut (Barry et al. 2017), aktivitas di media sosial dapat memengaruhi harga diri individu. Partisipasi mahasiswa dalam tren viral TikTok dapat berdampak positif, seperti meningkatkan kepercayaan diri melalui apresiasi dari audiens

mereka. Namun, pada saat yang sama, tekanan untuk memenuhi standar estetika atau ekspektasi tertentu yang dipopulerkan di platform ini dapat menimbulkan dampak negatif, seperti rasa tidak percaya diri atau ketidakpuasan terhadap diri sendiri (Tiggemann and Slater 2013).

Tren viral seperti #GlowUpChallenge menjadi salah satu contoh fenomena yang relevan. Tren ini memungkinkan pengguna untuk menampilkan transformasi fisik atau pencapaian tertentu yang sering kali menginspirasi dan mendapatkan apresiasi dari orang lain. Namun, tidak sedikit pula yang merasa tertekan karena tren tersebut secara tidak langsung memunculkan standar kecantikan atau gaya hidup yang sulit dicapai. Bagi mahasiswa yang menggunakan TikTok, partisipasi dalam tren viral sering kali menjadi sarana untuk memperoleh validasi sosial. (Hidayati and Savira 2021) menyebutkan bahwa media sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk kepercayaan diri pengguna, terutama melalui interaksi sosial dan apresiasi yang diterima. Di Yogyakarta, sebagai kota pelajar dengan populasi mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah dan latar belakang, Yogyakarta menawarkan konteks sosial dan budaya yang beragam. Tren viral TikTok memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengekspresikan kreativitas, memperluas jaringan sosial, dan memperkuat identitas diri mereka. Namun, tren ini juga dapat menjadi sumber tekanan sosial ketika mahasiswa merasa perlu mengikuti ekspektasi tertentu untuk mendapatkan pengakuan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana partisipasi mahasiswa dalam tren viral TikTok memengaruhi kepercayaan diri mereka dalam konteks sosial dan budaya Yogyakarta.

Penelitian ini didukung oleh beberapa studi sebelumnya. (Teha et al. 2023) menemukan bahwa TikTok dapat memotivasi mahasiswa dalam kegiatan belajar, terutama melalui tren yang bersifat edukatif dan kreatif. (Sahroni et al. 2023) menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri remaja. Selain itu, studi oleh (Kircaburun et al. 2020) menyoroti bahwa motivasi penggunaan media sosial, seperti hiburan, pencarian pengakuan, dan ekspresi diri, dapat memengaruhi kondisi psikologis pengguna. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap psikologis mahasiswa, termasuk kepercayaan diri mereka. Dalam penelitian ini, variabel independen (X) yang digunakan adalah partisipasi mahasiswa dalam tren viral TikTok. Partisipasi ini meliputi frekuensi mahasiswa mengikuti tren, jenis tren yang mereka pilih, durasi waktu yang dihabiskan di TikTok, serta motivasi yang mendorong mereka berpartisipasi, seperti hiburan, eksistensi diri, atau pencarian validasi sosial (Kircaburun et al. 2020). Sementara itu, variabel dependen (Y) adalah kepercayaan diri mahasiswa, yang diukur melalui indikator persepsi terhadap penampilan fisik, keyakinan terhadap kemampuan sosial, serta kepercayaan diri dalam aspek akademik (Barry et al. 2017). Variabel-variabel ini dianalisis untuk memahami hubungan antara aktivitas mahasiswa di TikTok dan dampaknya terhadap kepercayaan diri mereka.

Berdasarkan studi-studi terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti penelitian dengan tema kepercayaan diri mahasiswa terhadap partisipasi tren viral di sosial media Tiktok. Penelitian ini dibuat bertujuan untuk menganalisis pengaruh partisipasi dalam tren viral TikTok terhadap kepercayaan diri mahasiswa di Yogyakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam literatur akademik mengenai media sosial dan dampaknya terhadap psikologi perkembangan mahasiswa. Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek psikologis penting bagi mahasiswa, yang sedang berada dalam fase transisi antara masa remaja dan dewasa. Kepercayaan diri memengaruhi berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk prestasi akademik, kemampuan bersosialisasi, dan kesiapan untuk memasuki dunia kerja. Pada tahap ini, mahasiswa sering mencari validasi diri melalui

interaksi sosial, termasuk di media sosial (Rosdina and Nurnazmi 2021). TikTok, dengan berbagai tren viralnya, menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk menampilkan diri mereka di hadapan audiens yang lebih luas. Partisipasi dalam tren viral ini tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga medium untuk memperoleh pengakuan sosial yang berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan diri mereka (Mendoza et al. 2022).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel secara objektif dan terukur. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh partisipasi dalam tren viral TikTok terhadap kepercayaan diri mahasiswa di Yogyakarta. Berdasarkan tujuan penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah hipotesis utama ( $H_1$ ) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara partisipasi dalam tren viral TikTok dan kepercayaan diri mahasiswa di Yogyakarta, sementara hipotesis nol ( $H_0$ ) beranggapan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut. Untuk menguji hipotesis ini, digunakan analisis regresi linear yang memungkinkan peneliti untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen, yaitu partisipasi dalam tren viral TikTok, dengan variabel dependen, yaitu kepercayaan diri mahasiswa. Regresi linear dipilih karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana variasi dalam partisipasi TikTok dapat menjelaskan variasi dalam kepercayaan diri mahasiswa.

Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang telah disusun berdasarkan indikator penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Mengingat populasi penelitian ini, yaitu mahasiswa di Yogyakarta, tidak dapat terdeteksi secara pasti jumlahnya, maka penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow. Rumus ini digunakan untuk populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya (Pane and Purba 2020), dengan formula sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

$n$  adalah jumlah sampel yang diperlukan,  $Z\alpha$  adalah nilai standar pada tingkat kepercayaan 95% (1,96),  $P$  adalah estimasi proporsi populasi (0,5),  $Q$  adalah  $1 - P$  (0,5), dan  $L$  adalah margin of error (10% atau 0,1). Dengan memasukkan nilai-nilai tersebut, diperoleh sampel sekitar 97 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah stratified random sampling untuk memastikan keberagaman responden sesuai dengan karakteristik populasi. Responden penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta berusia 15-30 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua kategori utama yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen ( $X$ ) adalah partisipasi dalam tren viral TikTok, yang mencakup beberapa indikator, antara lain frekuensi partisipasi, jenis tren yang diikuti, durasi penggunaan, dan motivasi partisipasi. Frekuensi partisipasi mengukur seberapa sering mahasiswa mengikuti tren di TikTok, sedangkan jenis tren yang diikuti melihat preferensi mahasiswa terhadap jenis tren tertentu seperti tantangan atau tarian. Durasi penggunaan merujuk pada waktu yang dihabiskan mahasiswa dalam menggunakan TikTok, sementara motivasi partisipasi menggali alasan mahasiswa terlibat dalam tren, baik untuk hiburan atau ekspresi diri. Variabel dependen ( $Y$ ) adalah kepercayaan diri mahasiswa, yang diukur melalui tiga indikator: penampilan fisik, kemampuan sosial, dan kepercayaan diri akademik. Penampilan fisik mengukur bagaimana mahasiswa memandang penampilan mereka, kemampuan sosial mengukur keyakinan mereka dalam berinteraksi dengan orang lain, dan

kepercayaan diri akademik mengukur keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan akademiknya.

Sebelum data dikumpulkan secara luas, kuesioner yang digunakan diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan uji Pearson Product Moment untuk validitas dan Cronbach's Alpha untuk reliabilitas. Setelah kuesioner terbukti valid dan reliabel, data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak Statistical Package for Social Science (SPSS). Analisis ini mencakup statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, dan analisis regresi linear untuk menguji hubungan serta pengaruh antara partisipasi dalam tren viral TikTok dan kepercayaan diri mahasiswa

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 100 responden dari hasil rumus Lemeshow yaitu 97 responden. Responden berumur 15-30 tahun dan menjadi mahasiswa berbagai universitas di Yogyakarta yang menggunakan sosial media Tiktok.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas di penelitian ini memastikan indikator yang digunakan sesuai dengan pengukuran variabel yang benar (Sugiyono 2020). Uji ini bertujuan memastikan bahwa pertanyaan dalam kuesioner benar-benar relevan dengan apa yang ingin diukur. Jika nilai validitas tinggi, artinya kuesioner sudah sesuai untuk mengukur variabel partisipasi TikTok dan kepercayaan diri. Ditunjukkan bahwa nilai R hitung lebih besar dari R tabel maka indikator pertanyaan tersebut valid (Agustin et al. 2024). Sedangkan uji reabilitas menggambarkan konsistensi data berulang bila R hitung lebih besar dari R tabel maka instrument reliabel. Adapun hasil uji validitas R hitung Pearson Product Moment disajikan pada Tabel 1 dan 2.

**Tabel 1. Validitas Variabel X**

Pernyataan	Nilai
P1	0,849
P2	0,846
P3	0,821
P4	0,807
P5	0,826
P6	0,668
P7	0,673
P8	0,806
P9	0,666
P10	0,833
P11	0,752
P12	0,813
P13	0,847
P14	0,834
P15	0,817
P16	0,732

**Tabel 2. Validitas Variabel Y**

Pernyataan	Nilai
P17	0,840
P18	0,841
P19	0,813
P20	0,832
P21	0,867
P22	0,815
P23	0,778
P24	0,867
P25	0,858
P26	0,811
P27	0,883
P28	0,805
P29	0,832
P30	0,843
P31	0,856
P32	0,803

Dari tabel 1 dan tabel 2 mengenai uji validitas dengan menggunakan software Statistical Package for Social Science (SPSS) telah didapatkan nilai R-hitung lebih besar dari R-tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi alat ukur, yaitu apakah hasilnya tetap sama jika diuji ulang (Space 2013). Misalnya, jika kuesioner digunakan kembali pada responden yang sama, hasilnya tidak banyak berubah. Uji data reliabilitas diambil dari pengambilan keputusan nilai Cronbach's Alpha yang dimunculkan lebih dari 0,6 sehingga pernyataan yang dibuat dinyatakan reliabel. Untuk nilai Cronbach's Alpha variabel X yaitu sebesar 0,959 dan untuk variabel Y yaitu sebesar 0,971. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel X dan Y lebih besar dari 0,6 maka pernyataan dinyatakan reliabel.

#### **Uji Normalitas**

Selain dari uji validitas dan uji reliabilitas, dilakukan juga uji normalitas untuk menguji bahwa data berdistribusi normal. Data yang normal penting untuk menghindari bias dalam hasil analisis statistik. Uji normalitas akan menyatakan data dianggap normal jika uji normalitas nilai Asymp. Sig > 0,05, maka data dinyatakan normal. Dari hasil uji normalitas data menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dari pernyataan X dan Y dengan Y sebagai data dependen dan variabel X sebagai data independen dihasilkan angka Asymp. Sig 0,161 dimana angka tersebut lebih dari 0,05 maka data dinyatakan normal.

#### **Uji Linieritas**

Dilakukan juga uji linieritas untuk menguji bahwa data variabel X dan variabel Y memiliki hubungan yang linier. Jika hubungan linear, artinya perubahan pada X akan menghasilkan perubahan proporsional pada Y. Uji linieritas akan menyatakan data linier antara variabel X dan Y apabila nilai Deviation from Linearity bagian Sig. > 0,05. Dari hasil uji linieritas data pada nilai Deviation from Linearity bagian Sig. Didapatkan nilai yaitu sebesar 0,939 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,05 maka data variabel X dan Y dinyatakan linier.

## Uji Regresi Linier Sederhana

Setelah semua hasil prasyarat telah terpenuhi, selanjutnya dilakukan uji regresi linier sederhana. Regresi adalah metode statistik untuk mengetahui hubungan antara dua variabel: variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana partisipasi dalam tren viral TikTok (X) memengaruhi kepercayaan diri mahasiswa (Y). Jika hasil analisis regresi menunjukkan hubungan signifikan, berarti partisipasi dalam TikTok memang berdampak nyata pada kepercayaan diri. Uji regresi linier sederhana sendiri dilakukan dengan dibutuhkannya berapa nilai persamaan regresinya dari rumus  $Y = a + bx$ . Apabila sudah ditemukan nilai persamaan regresi menggunakan rumus tersebut, dilakukan uji hipotesis pengaruh untuk menentukan apakah ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dan yang terakhir ditentukan seberapa pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Ditemukan bahwa persamaan regresi dengan nilai a yaitu sebesar 2,389 dan nilai b yaitu sebesar 0,945. Penggunaan rumus persamaan regresi dihasilkan persamaan regresinya yaitu  $Y = 2,389 + 0,945x$ .

Kemudian, yang terakhir yaitu uji hipotesis dimana uji ini digunakan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel X dan Y signifikan. Dalam penelitian ini, jika nilai Sig. lebih kecil dari 0,005, berarti ada pengaruh yang signifikan antara partisipasi dalam tren viral TikTok dan kepercayaan diri mahasiswa. Berdasarkan hasil uji hipotesis dihasilkan nilai Sig. yaitu sebesar 0,001 dimana nilai tersebut kurang dari 0,005, maka dinyatakan bahwa ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Terakhir, didapatkan nilai R square yaitu sebesar 0,814 artinya variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 81,4% dan sisanya didapatkan dari (100-81,4)% yaitu sebesar 18,6%. Sisa nilai 18,6% ini dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi mahasiswa Yogyakarta dalam tren viral TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri mereka. Partisipasi dalam tren edukatif atau kreatif terbukti meningkatkan kepercayaan diri, sedangkan tren berbasis estetika sering memicu tekanan sosial dan ketidakpuasan. Hasil analisis menunjukkan bahwa 81,4% variasi kepercayaan diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh partisipasi dalam tren viral TikTok. Penelitian ini menyoroti pentingnya penggunaan media sosial secara bijak untuk mendukung perkembangan diri yang positif dan menjadi acuan bagi institusi pendidikan dalam merancang program peningkatan kepercayaan diri mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hesti, Rindiyanı Irfani Safitri, Alfin Faiz Bara Mentari, and Naela Faza Fariha. 2024. "Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding Pada Mahasiswa Fikomm Di Universitas Mercu Buana Yogyakarta." *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 4(1): 26–34. doi:10.47233/jkomdis.v4i1.1425.
- Barry, Christopher T., Hannah Doucette, Della C. Loflin, Nicole Rivera-Hudson, and Lacey L. Herrington. 2017. "'Let Me Take a Selfie': Associations between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem." *Psychology of Popular Media Culture* 6(1): 48–60. doi:10.1037/ppm0000089.
- Hidayati, Sifatır Rif'ah Nur, and Siti Ina Savira. 2021. "Hubungan Antara Konsep Diri Dan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Moderator Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya." *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8(03): 1–11. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41122>.
- Kircaburun, Kagan, Saleem Alhabash, Şule Betül Tosuntaş, and Mark D. Griffiths. 2020. "Uses and Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: A Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives." *International Journal of Mental Health and Addiction* 18(3): 525–47.

- doi:10.1007/s11469-018-9940-6.
- Mendoza, Muhammad Dominique, Olnes Yosefa Hutajulu, Azmi Rizky Lubis, Reni Rahmadani, and Tansa Trisna Astono Putri. 2022. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dalam Pendidikan Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa." *Jurnal Teknologi Pendidikan (JTP)* 15(2): 68. doi:10.24114/jtp.v15i2.39120.
- Pane, Derma H., and Tiurniari Purba. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak." *Jurnal Ilmiah Kohesi* 4(3): 149–55.
- Rosdina, Ade, and Nurnazmi. 2021. "Dampak Aplikasi Tik Tok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima." *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 4(1): 100–109.
- Sahroni, Imam, Annisa Arumaisyah Daulay, Indah Suci Fajariah, and Illisa Alvi. 2023. "Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja." *Suluh: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 8(2): 96–102. doi:10.33084/suluh.v8i2.4499.
- Space, Wileyplus Learning. 2013. "Research Methods for Business: A Skill-Building Approach." *Leadership & Organization Development Journal* 34(7): 700–701. doi:10.1108/lodj-06-2013-0079.
- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Teha, Maria Novita Regina, Melisa Wahyu Fandyansari, Putri Vina Sefaverdiana, and Loesita Sari. 2023. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa." *Prosiding Seminar Nasional IKIP Budi Utomo* 4(01): 57–62. doi:10.33503/prosiding.v4i01.3607.
- Tiggemann, Marika, and Amy Slater. 2013. "NetGirls: The Internet, Facebook, and Body Image Concern in Adolescent Girls." *International Journal of Eating Disorders* 46(6): 630–33. doi:10.1002/eat.22141.
- Yang, Chia chen, Sean M. Holden, Mollie D.K. Carter, and Jessica J. Webb. 2018. "Social Media Social Comparison and Identity Distress at the College Transition: A Dual-Path Model." *Journal of Adolescence* 69: 92–102. doi:10.1016/J.ADOLESCENCE.2018.09.007.