

## Konten TikTok #EvaClassroom terhadap Pengembangan Diri Followers: Studi Kuantitatif pada Pengikut @aliciaeva9

<sup>1</sup>Ginandita Novi Andhini, <sup>2</sup>Hudi Santoso, <sup>3</sup>Enden Darjatul Ulya, <sup>4</sup>Hadiyanto, <sup>5</sup>Fahmi Fuad Cholagi

Komunikasi Digital dan Media. Sekolah Vokasi IPB University. Bogor.  
ginanditaniviandhini@gmail.com<sup>1</sup>

INFO ARTIKEL	ABSTRACT
<p><b>Diterima:</b> 07 Des 2025 <b>Disetujui:</b> 16 Des 2025 <b>Diterbitkan:</b> 5 Mei 2026</p>	<p><i>We Are Social &amp; Meltwater (July 2025) reported that TikTok users in Indonesia reached 194.37 million. One creator who utilizes it as an educational tool is Eva Alicia through her #EvaClassroom segment, which focuses on self-development topics. This study aims to determine the content and delivery of #EvaClassroom content, while also examining its influence on followers' self-development in terms of growth mindset. The study used a quantitative explanatory approach with the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory. A total of 100 respondents were selected through purposive sampling from followers of the TikTok account @aliciaeva9. The results showed that #EvaClassroom content had a significant and positive effect on followers' self-development, with a model contribution of <math>R^2 = 0.668</math>. This finding confirms that TikTok functions not only as an entertainment medium but also as an effective non-formal educational medium for supporting the self-development of the younger generation.</i></p> <p><b>Keywords:</b> #EvaClassroom, Growth Mindset, Educational Media, Self-Development Content, TikTok</p>
	<p><b>ABSTRAK</b></p> <p>We Are Social &amp; Meltwater (Juli 2025) melaporkan pengguna TikTok di Indonesia mencapai 194,37 juta. Salah satu kreator yang memanfaatkannya sebagai sarana edukatif adalah Eva Alicia melalui segmen #EvaClassroom, yang berfokus pada topik pengembangan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi serta cara penyampaian konten #EvaClassroom, sekaligus menguji pengaruhnya terhadap pengembangan diri followers dalam aspek growth mindset. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respons). Sebanyak 100 responden dipilih melalui purposive sampling dari pengikut akun TikTok @aliciaeva9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten #EvaClassroom berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengembangan diri followers, dengan kontribusi model sebesar <math>R^2 = 0,668</math>. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi non-formal yang efektif mendukung pengembangan diri generasi muda.</p> <p><b>Kata Kunci:</b> #EvaClassroom, Growth Mindset, Media Edukasi, Konten Pengembangan Diri, TikTok</p>

## PENDAHULUAN

Media sosial saat ini menjadi salah satu sarana utama untuk memperoleh informasi dan pengetahuan, sekaligus memberi ruang bagi individu mengekspresikan kreativitas. Pencarian informasi merupakan bagian dari upaya individu menjalani kehidupan lebih baik, membantu menemukan arah dan tujuan dengan mengeksplorasi nilai, minat, serta aspirasi, sehingga pemahaman diri mendorong pengambilan keputusan lebih bijaksana (Putri, 2024).

Di kalangan generasi muda, TikTok menonjol sebagai *platform* yang sangat populer. Menurut laporan We Are Social & Meltwater (2025), pengguna TikTok di Indonesia mencapai 194,37 juta. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi platform multifungsi yang dapat dimanfaatkan untuk edukasi dan penyebaran informasi. Format video singkat yang ditawarkan sangat sesuai dengan gaya belajar praktis dan cepat yang disukai generasi muda.

Salah satu kreator yang memanfaatkan TikTok sebagai sarana edukatif adalah Eva Alicia melalui segmen *#EvaClassroom*, yang fokus pada topik pengembangan diri seperti konsistensi, menghadapi kegagalan, dan motivasi belajar. Konten yang disajikan bersifat praktis, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda dalam membangun keterampilan serta pola pikir yang menunjang kehidupan akademik maupun karier. Dengan demikian, *#EvaClassroom* berpotensi menjadi sarana pengembangan diri *followers*, khususnya dalam menumbuhkan pola pikir berkembang (*growth mindset*).

Terdapat penelitian terkait konten edukatif di TikTok, namun studi yang secara khusus menyoroti pengembangan diri berdasarkan kerangka S-O-R masih terbatas. Penelitian sebelumnya, seperti Andini (2023) yang meneliti “Pengaruh Konten Pada Official Akun *TikTok* Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar *Followers*” menunjukkan pengaruh konten sebesar 34,4%, namun fokusnya berbeda dan menggunakan teknik sampling acak. Belum ada penelitian yang secara kuantitatif eksplanatori mengkaji bagaimana konten *#EvaClassroom* memengaruhi *growth mindset followers* sekaligus meneliti cara Eva Alicia menyampaikan pesan pengembangan diri melalui segmen tersebut.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan isi dan cara penyampaian konten *#EvaClassroom* serta menganalisis pengaruhnya terhadap pengembangan diri *followers* dalam aspek *growth mindset*. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana konten TikTok *#EvaClassroom* memengaruhi *growth mindset followers* berdasarkan teori S-O-R, dan hipotesis penelitian (H<sub>1</sub>) menyatakan bahwa konten TikTok *#EvaClassroom* berpengaruh positif terhadap pengembangan diri *followers* pada aspek

*growth mindset*.

## KAJIAN PUSTAKA

### Pengembangan Diri

Pengembangan diri dipahami sebagai suatu proses yang dilalui seseorang untuk membentuk dan mengembangkan potensi dirinya berdasarkan pendidikan, jaringan sosial dan pengalaman hidup (Aminullah & Ali, 2020). Sejalan dengan pandangan tersebut, Larassaty, *et al* (2023) menyampaikan pengembangan diri merupakan suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam menghadapi tantangan dan mencapai tujuan hidup, sekaligus berdampak signifikan terhadap pertumbuhan pribadi. Melengkapi pandangan tersebut, Wibowo, *et al* (2025) menekankan bahwa pengembangan diri merupakan proses berkelanjutan yang berasal dari dalam diri untuk meningkatkan potensi, kemampuan, dan kualitas hidup seseorang. Secara keseluruhan, pengembangan diri dapat dikatakan sebagai proses internal yang dapat dipengaruhi oleh pengalaman, pembelajaran, serta interaksi dengan lingkungan.

### *Growth Mindset*

*Growth mindset* merupakan aspek penting dalam pengembangan diri, yang menekankan bahwa kemampuan seseorang dalam menghadapi tantangan tidak hanya ditentukan oleh keterampilan yang dimiliki, tetapi juga oleh cara individu memandang potensi dirinya. Konsep ini diperkenalkan oleh Carol Dweck (2016) sebagai pendekatan yang menjelaskan keyakinan bahwa kemampuan dan kualitas dasar individu dapat terus berkembang melalui usaha dan pengalaman.

Dweck (2016) dalam Pratiwi (2020), berpendapat bahwa *growth mindset* adalah hal-hal yang dapat diolah melalui upaya-upaya tertentu, meskipun setiap orang memiliki perbedaan dalam minat, bakat, dan kemampuan awal, namun mereka tetap dapat berkembang melalui proses pembelajaran dan pengalaman. Dengan demikian, pertumbuhan kemampuan dan pola pikir ini tidak hanya bergantung pada keterampilan awal, tetapi juga pada cara individu memandang tantangan dan peluang untuk berkembang.

### TikTok

TikTok merupakan *platform* media sosial yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan penggunanya. TikTok merupakan platform media sosial yang menawarkan video singkat dengan format visual menarik dan interaktif, sehingga memungkinkan penyampaian

informasi secara cepat dan mudah dipahami (Saputra & Yuliani, 2024). Perkembangan *platform* TikTok memungkinkan siapapun dapat menciptakan konten kreatif dan inovatif, termasuk konten motivasi dan pengembangan diri (Natasya & Kholil, 2025). Berdasarkan kebutuhan tersebut, kreator dapat menyajikan konten kreatif dan relevan, TikTok dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan pendidikan, motivasi, dan pengembangan diri, tanpa mengurangi sifatnya yang interaktif dan menyenangkan.

### **Teori S-O-R**

Teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) dikemukakan pertama kali oleh Hovland (1953). Model teori S-O-R menjangkau komunikasi yang direncanakan serta memiliki tujuan tertentu yaitu berdampak pada khalayak atau penerimanya dan dikembangkan sebagai teori yang menunjukkan adanya proses aksi-reaksi, di mana stimulus mempengaruhi organism sehingga memunculkan respons tertentu. (Yasir, 2009). Artinya, stimulus bisa berupa rangsangan verbal, nonverbal, simbol, atau informasi yang diterima individu. Organism menggambarkan proses internal kognitif dan afektif, termasuk persepsi, evaluasi, dan interpretasi terhadap stimulus. Respons mencerminkan hasil akhir berupa perubahan sikap, perilaku, ataupun kemampuan. Dalam konten media sosial, S-O-R menjelaskan bagaimana konten yang menarik, relevan, dan mudah dipahami dapat memicu proses internal pada penerimanya, sehingga menghasilkan respons tertentu seperti peningkatan pengetahuan, motivasi, atau *growth mindset*.

### **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian ini menjelaskan hubungan antara stimulus, *organism*, dan *response* dalam kerangka teori S-O-R. Stimulus dalam penelitian ini berupa konten TikTok *#EvaClassroom* yang ditandai oleh relevansi topik, daya tarik visual, serta kemudahan pemahaman. Stimulus tersebut memengaruhi *organism*, yaitu *followers*, melalui proses internal kognitif dan afektif, seperti pemrosesan informasi, refleksi diri, dan evaluasi terhadap pesan yang diterima. Proses internal ini kemudian menghasilkan response berupa munculnya indikator *growth mindset* pada *followers*, antara lain konsistensi, keberanian menghadapi kegagalan, semangat belajar, serta motivasi untuk terus berkembang. Kerangka konseptual ini mengintegrasikan teori S-O-R dengan konteks *platform* TikTok dan konten edukatif, sehingga menjelaskan secara sistematis bagaimana stimulus konten dapat memengaruhi proses internal pengguna dan menghasilkan respons pengembangan diri.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa stimulus berupa konten edukatif

di media sosial tidak selalu menghasilkan respons dengan tingkat kekuatan yang sama. Penelitian Purwitasari *et al.* (2024) mengenai “Pengaruh Tayangan Konten Instagram @daffaspeaks terhadap Minat Belajar *Public Speaking* Mahasiswa” menemukan adanya pengaruh signifikan, namun kontribusi stimulus tersebut hanya sebesar 35,1%. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun konten mampu memicu respons positif, besaran respons dipengaruhi oleh karakteristik audiens dan jenis konten yang disajikan. Dalam kerangka Stimulus-Organism-Response (S-O-R), respons audiens terbentuk melalui proses kognitif dan afektif yang dipengaruhi oleh kualitas stimulus serta konteks penerima pesan. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan konten #EvaClassroom sebagai stimulus yang diuji secara kuantitatif untuk memahami pengaruhnya terhadap *growth mindset followers*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran pengaruh antar variabel secara objektif melalui analisis data numerik. Penelitian dilakukan pada *platform* TikTok, dengan fokus pada *followers* akun Eva Alicia (@aliciaeva9). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun TikTok @aliciaeva9, yang pada September 2025 tercatat sebanyak 3,5 juta pengikut akun. Mengingat jumlah populasi yang sangat besar dan keterbatasan akses terhadap seluruh anggota populasi, maka penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik non-probabilitas yang memungkinkan memilih partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: pengguna aktif media sosial TikTok, mengikuti akun Eva Alicia (@aliciaeva9), serta pernah menonton atau mengonsumsi konten bertema pengembangan diri yang diproduksi oleh Eva Alicia. Kriteria ini dipilih karena tidak seluruh *followers* akun @aliciaeva9 terpapar secara langsung terhadap konten #EvaClassroom, sehingga diperlukan seleksi responden yang benar-benar relevan dengan stimulus yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei, dengan instrumen berupa kuesioner online yang disebar menggunakan Google Form. Kuesioner *online* ini dibagikan melalui pesan langsung (*Direct Message*) di *platform* TikTok. Metode distribusi ini dipilih untuk menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Meski

demikian metode ini berpotensi menimbulkan bias, seperti *self-selection bias* dan keterbatasan partisipasi dari *followers* yang aktif membuka pesan pribadi. Oleh karena itu, pesan undangan pengisian kuesioner disusun secara netral tanpa mengarahkan jawaban tertentu. Sebelum mengisi kuesioner, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, sifat partisipasi yang bersifat sukarela, serta jaminan kerahasiaan data. Persetujuan responden (*informed consent*) menjadi syarat kesediaan awal pengisian kuesioner.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) Uji Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas instrumen dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product-Moment, yang diterapkan pada data dari 30 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok dan *followers* akun Eva Alicia. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh 21 item pernyataan dinyatakan valid, karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361) dan nilai signifikansi  $<$  0,05. Uji reliabilitas juga menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Variabel Konten TikTok *#EvaClassroom* (X) memperoleh nilai Alpha 0,900 dan variabel Pengembangan Diri (Y) sebesar 0,931. Secara keseluruhan, 21 item pernyataan dalam kuesioner memperoleh nilai Alpha 0,945 yang menandakan konsistensi internal sangat baik.

(2) Uji Asumsi Klasik, khususnya uji normalitas residual menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov melalui program SPSS. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi  $<$  0,05 yang secara statistik mengindikasikan data tidak sepenuhnya berdistribusi normal. Oleh karena itu, dilakukan pemeriksaan tambahan melalui histogram dan Normal P-P Plot untuk menilai pola sebaran residual. Hasil pemeriksaan visual menunjukkan bahwa residual menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak menunjukkan penyimpangan ekstrem, sehingga distribusi residual masih berada dalam batas normalitas yang dapat diterima (Putra & Lestari, 2021). Dengan demikian, analisis regresi tetap dapat dilanjutkan.

(3) Uji korelasi Pearson digunakan untuk melihat tingkat hubungan antara konten TikTok *#EvaClassroom* dan pengembangan diri *followers*. (4) Analisis Regresi Linear Sederhana, untuk menguji pengaruh variabel Konten TikTok *#EvaClassroom* terhadap pengembangan diri *followers* secara parsial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Pemilihan responden dilakukan dengan metode *purposive sampling*, sehingga responden yang dapat mengisi kuesioner harus merupakan pengguna aktif media sosial TikTok, mengikuti akun Eva Alicia (@aliciaeva9), serta pernah menonton atau mengonsumsi konten bertema pengembangan diri yang diproduksi oleh Eva Alicia.

Informasi mengenai karakteristik responden diperoleh dari beberapa aspek, seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, serta aktivitas atau status saat ini. Rincian mengenai profil responden disajikan dalam Tabel 1 untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai latar belakang partisipan yang terlibat penelitian ini.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (n)	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	86	86%
	Laki-Laki	14	14%
Usia	< 17 tahun	3	3%
	17 - 25 tahun	95	95%
	26 - 30 tahun	1	1%
	> 30 tahun	1	1%
Status/Aktivitas	Pelajar	3	3%
	Mahasiswa	92	92%
	Bekerja	4	4%
Mengikuti Akun TikTok @aliciaeva9	Ya	100	100%
	Tidak	0	0%

Sumber. *Google Form* Kuesioner (2025)

Dari total 100 responden, sebagian besar merupakan perempuan, yaitu sebanyak 86 orang atau (86%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 14 orang atau (14%). Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap konten pengembangan diri di TikTok cenderung lebih tinggi pada kelompok perempuan. Berdasarkan rentang usia, mayoritas responden

berada pada kelompok usia 17 - 25 tahun. Selain itu, terdapat tiga responden yang berusia di bawah 17 tahun, serta masing-masing satu responden berusia 26 - 30 tahun dan di atas 30 tahun.

Ditinjau dari segi aktivitas, 93% responden merupakan mahasiswa, sementara sisanya terdiri atas pelajar dan pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa konten pengembangan diri di TikTok dapat menarik perhatian kelompok usia muda khususnya mahasiswa yang sedang berada pada fase eksplorasi diri dan pembentukan pola pikir (*growth mindset*). Seluruh responden merupakan pengguna aktif TikTok dan 100% mengikuti akun Eva Alicia (@aliciaeva9), sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka memiliki tingkat paparan yang sangat tinggi terhadap konten #EvaClassroom.

### Analisis Distribusi Frekuensi Variabel

**Tabel 2.** Distribusi Frekuensi Variabel X Konten #EvaClassroom

Indikator	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
Relevansi	Sangat Tinggi	41	41%
	Tinggi	54	54%
	Sedang	5	5%
Kemudahan Pemahaman	Sangat Tinggi	56	56%
	Tinggi	38	38%
	Sedang	6	6%
Daya Tarik	Sangat Tinggi	49	49%
	Tinggi	39	39%
	Sedang	9	9%

Sumber: Analisis data primer 2025

Berdasarkan distribusi frekuensi pada Tabel 2, terlihat penilaian responden terhadap kualitas konten #EvaClassroom pada tiga indikator, yaitu relevansi, kemudahan pemahaman, dan daya tarik. Temuan ini sejalan dengan teori S-O-R (Yasir, 2009), yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh kualitas stimulus yang diterima. Dalam hal ini, rangsangan berupa pesan verbal, nonverbal, atau simbolik pada konten media sosial dapat memicu respons tertentu dari audiens, sehingga teori S-O-R relevan untuk memahami pengaruh konten terhadap sikap dan perilaku penggunanya.

Temuan pada indikator relevansi, sebagian besar responden memberikan penilaian pada kategori tinggi sebesar 54% dan sangat tinggi sebesar 41%. Dominasi penilaian ini

menandakan bahwa konten tersebut dianggap sejalan dengan kebutuhan, minat, dan permasalahan *followers* dalam pengembangan diri. Materi yang disampaikan oleh Eva Alicia mampu menjawab isu-isu yang dekat dengan pengalaman *followers*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, Syarofi (2024) yang menyatakan bahwa konten TikTok dapat memengaruhi cara remaja berpikir, baik positif maupun negatif, bergantung pada jenis dan intensitas konten yang dikonsumsi.

Hasil analisis pada indikator kemudahan pemahaman menunjukkan bahwa 56% responden menilai konten *#EvaClassroom* sangat mudah dipahami dan 38% menilai mudah dipahami. Responden menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana, alur penyampaian yang runtut, serta kejelasan inti pesan membuat konten mudah dimengerti serta kejelasan pesan membuat konten dapat diterima tanpa kesulitan. Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayatullah (2024) yang menyatakan bahwa konten edukasi TikTok Ira Mirawati yang disampaikan secara inovatif, interaktif, dan menarik lebih mudah dipahami oleh *followers* serta membuat proses belajar lebih menyenangkan.

Indikator daya tarik menunjukkan bahwa sebesar 49% responden memberikan penilaian sangat tinggi dan 39% berada pada kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa konten *#EvaClassroom* dinilai mampu menarik perhatian responden, terutama karena tampilan visual yang mampu memikat perhatian sejak awal. Temuan ini menggambarkan bahwa konten dinilai tidak hanya melalui aspek visual yang estetik, tetapi juga lewat cara penyampaian pesan yang tersusun menarik dan mudah diingat. Hasil ini sejalan dengan Umar & Aprelia (2025), yang menegaskan bahwa elemen visual seperti desain video yang rapi, ekspresi kreatif, visual yang kuat, dan pemilihan musik berperan besar dalam menarik perhatian pengguna.

Secara keseluruhan, konten TikTok *#Eva Classroom* memiliki kualitas yang baik jika ditinjau dari aspek relevansi, kemudahan pemahaman, dan daya tarik. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan telah memenuhi karakteristik konten edukatif yang ideal, yakni selaras dengan kebutuhan *followers*, disampaikan dengan cara yang mudah dipahami, serta dikemas secara menarik.

**Tabel 3.** Distribusi Frekuensi Variabel Y Pengembangan Diri (*Growth Mindset*)

Indikator	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
Konsistensi	Sangat Tinggi	24	24%
	Tinggi	56	56%
	Sedang	16	16%
Tidak Takut Gagal	Sangat Tinggi	32	32%
	Tinggi	57	57%
	Sedang	9	9%
Semangat Belajar	Sangat Tinggi	44	44%
	Tinggi	43	43%
	Sedang	12	12%
Motivasi Berkembang	Sangat Tinggi	51	51%
	Tinggi	40	40%
	Sedang	8	8%

Sumber: Analisis data primer 2025

Berdasarkan hasil analisis distribusi frekuensi pada Tabel 3, terlihat bahwa tingkat *growth mindset* responden didominasi oleh kategori sangat tinggi dan tinggi pada seluruh indikator, yaitu konsistensi, tidak takut gagal, semangat belajar, dan motivasi berkembang. Indikator konsistensi menunjukkan sebanyak 56% responden berada pada kategori tinggi dan 24% pada kategori sangat tinggi. Hasil ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden memiliki kemampuan untuk tetap bertahan dalam menjalankan kebiasaan positif serta menunjukkan ketekunan dalam proses pengembangan diri. Sikap konsisten ini mencerminkan karakter individu yang tidak mudah menyerah meskipun menghadapi tantangan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Fitri *et al.* (2022), yang menjelaskan bahwa kegigihan perlu ditanamkan dalam diri seseorang agar mampu menghadapi berbagai tantangan dan tetap bergerak menuju keberhasilan.

Indikator tidak takut gagal juga menunjukkan hasil yang dominan pada kategori tinggi sebesar 57% dan sangat tinggi sebesar 32%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden mampu memandang kegagalan sebagai bagian dari proses belajar, bukan sebagai sesuatu yang harus dihindari. Responden mampu menunjukkan keberanian untuk mencoba kembali setelah mengalami kegagalan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Novanto (2023) yang menunjukkan bahwa individu yang memiliki sikap *growth mindset* dapat

mendorong sikap terbuka terhadap kegagalan sebagai peluang belajar dan meningkatkan diri pada santri.

Indikator semangat belajar mencatat bahwa responden menunjukkan persentase sangat tinggi sebesar 44% dan tinggi sebesar 43%. Dominasi ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden merasa lebih terdorong untuk mempelajari hal-hal baru dan memperluas wawasan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian Nasril (2023) yang menemukan *growth mindset* mendorong semangat belajar tinggi melalui keyakinan bahwa kecerdasan dapat dikembangkan melalui usaha dan kerja keras.

Indikator motivasi berkembang memperlihatkan bahwa 51% responden berada pada kategori sangat tinggi dan 40% pada kategori tinggi. Persentase ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan dorongan yang kuat untuk terus memperbaiki kualitas diri. Mereka merasa lebih terdorong untuk mengembangkan kemampuan, mencoba hal-hal baru, dan memperluas potensi yang mereka miliki. Ramadhanti *et al.* (2024) menjelaskan bahwa individu dengan *growth mindset* meyakini kemampuan diri dapat terus berkembang. Mereka memandang tantangan sebagai bagian dari proses belajar, bukan hambatan, sehingga tetap termotivasi untuk bertumbuh dan tidak mudah menyerah dalam pengembangan diri. Secara keseluruhan, hasil dari karakter yang ditunjukkan memiliki kesesuaian antara temuan data primer dengan teori *growth mindset* yang menegaskan bahwa individu dengan pola pikir berkembang cenderung memiliki sikap positif terhadap tantangan, terbuka terhadap pembelajaran, dan senantiasa berupaya meningkatkan kemampuan diri.

### **Isi Konten dan Cara Penyampaian #EvaClassroom**

Hasil pengukuran melalui indikator relevansi konten, menunjukkan bahwa konten #EvaClassroom dinilai relevan dengan kehidupan sehari-hari dan kebutuhan pengembangan diri *followers*. Topik yang dibahas terasa dekat dengan pengalaman mereka, sehingga tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga mendorong refleksi diri dan keberanian untuk melakukan perubahan positif.

Cara Eva Alicia menyampaikan pesan dinilai dari indikator kemudahan pemahaman, *followers* menilai bahwa cara Eva Alicia berbicara jelas, runtut, dan mudah dipahami. Pemilihan kata yang sederhana namun bermakna membuat pesan dapat diterima dengan baik tanpa terasa membingungkan. Konten #EvaClassroom juga dinilai memiliki gaya penyampaian yang tegas, lugas dan jelas. Penggunaan bahasa tepat sasaran membuat *followers* merasa tersentuh namun tetap termotivasi untuk memperbaiki diri.

Temuan ini sejalan dengan teori S-O-R, di mana pesan yang relevan dan mudah dipahami berfungsi sebagai stimulus yang mendorong kesadaran (*organisme*) dan memicu respons berupa penerimaan positif, perubahan pola pikir, serta dorongan untuk mengembangkan *growth mindset*. Dengan demikian, konten *#EvaClassroom* berperan sebagai media edukasi non-formal yang mendukung proses pengembangan diri *followers*.

## Pengaruh Konten TikTok *#EvaClassroom* oleh Eva Alicia terhadap Pengembangan Diri

### Uji Korelasi Pearson

Tabel 4. Hasil SPSS Uji Korelasi Pearson

		Konten Tiktok (X)	Pengembangan Diri (Y)
Konten Tiktok	Pearson Correlations	1	.615**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Pengembangan Diri	Pearson Correlations	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	100
	N	100	

Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai  $r$  sebesar 0,615 dengan Sig. 0,000. Karena Sig.  $< 0,05$  dan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,195), maka hubungan antara konten TikTok *#EvaClassroom* dan pengembangan diri *followers* pada aspek *growth mindset* dinyatakan signifikan dan positif. Nilai korelasi tersebut berada pada kategori kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa konten *#EvaClassroom* memberikan kontribusi nyata dalam mendukung proses pengembangan diri *followers*. Temuan ini selaras dengan model komunikasi S-O-R, yang menyatakan bahwa stimulus dalam bentuk pesan mampu memengaruhi organisme (*komunikan*) dan mendorong respons berupa perubahan perilaku (Abidin *et al.*, 2021). Meskipun demikian, tingkat pengaruhnya dapat berbeda pada setiap individu, bergantung pada bagaimana mereka menyerap dan menerapkan pesan dari konten tersebut.

**Uji Determinasi****Tabel 5.** Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817	.668	.664	2.550

a. Predictors: (Constant), Konten TikTok

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menurut Lestari *et al.* (2025) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Berdasarkan tabel 5, uji koefisien determinasi menggambarkan seberapa jauh konten TikTok *#EvaClassroom* berpengaruh terhadap peningkatan pengembangan diri *followers* pada aspek *growth mindset*. Hasil uji menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,668, yang berarti 66,8% variasi pada pengembangan diri *followers* dapat dijelaskan oleh konten TikTok *#EvaClassroom*. Sementara itu, 33,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar ruang lingkup penelitian ini.

Berdasarkan Teori S-O-R, perubahan sikap terjadi melalui proses belajar saat seseorang terpapar stimulus eksternal, seperti konten media sosial (Marzuki & Emeilia, 2024). Dalam hal ini, konten *#EvaClassroom* berperan sebagai stimulus yang menarik perhatian *followers* dan memicu respons berupa peningkatan *growth mindset*. Hal tersebut terlihat dari nilai  $R^2$  sebesar 0,668, yang menunjukkan bahwa konten mampu menjelaskan 66,8% variasi pengembangan diri. Sementara itu, 33,2% sisanya berasal dari faktor eksternal lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Teori *Growth Mindset* oleh Dweck (2016) memberikan penjelasan bahwa respons positif *followers* terhadap konten *#EvaClassroom* mencerminkan keyakinan bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha dan proses belajar. Konten tersebut mendorong audiens untuk melihat tantangan sebagai peluang belajar dan mengembangkan pola pikir yang lebih adaptif. Menggabungkan teori ini dengan konsep S-O-R menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga sarana pengembangan diri. Hal ini didukung oleh penelitian Adzan *et al.* (2023), yang menunjukkan bahwa media sosial TikTok kini banyak dimanfaatkan sebagai *platform* edukatif karena meningkatnya kebutuhan pengguna terhadap informasi yang bermanfaat.

## Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Hasil SPSS Uji T

		<i>Coefficients</i>				
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.812	4.887		2.417	.017
	Konten TikTok	.961	.125	.615	7.719	.000

a. Predictors: (Constant), Konten TikTok

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk melihat sejauh mana konten TikTok #EvaClassroom berpengaruh terhadap pengembangan diri *followers* pada aspek *growth mindset*. Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,961, dengan nilai t hitung = 7,719 dan signifikansi (Sig.) = 0,000. Karena nilai Sig. < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa konten TikTok #EvaClassroom memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan diri *followers*. Nilai koefisien regresi B positif (0,961) menunjukkan arah hubungan yang positif, yang berarti semakin sering seseorang melihat atau terpapar konten #EvaClassroom, maka semakin tinggi pula tingkat pengembangan diri (*growth mindset*) yang dirasakan oleh *followers* tersebut. Selain koefisien regresi tidak terstandar (B), nilai koefisien beta terstandar ( $\beta = 0,615$ ) menunjukkan bahwa konten TikTok #EvaClassroom memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengembangan diri *followers* pada aspek *growth mindset*. Nilai  $\beta$  ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas konten #EvaClassroom diikuti oleh peningkatan *growth mindset* dalam ukuran efek yang relatif besar. Hal ini juga menegaskan bahwa konten edukatif yang relevan dapat memberikan dorongan positif terhadap perubahan pola pikir *followers*. Sejalan dengan hasil penelitian ini, penelitian yang dilakukan oleh Ariaty *et al.* (2025) menemukan bahwa media digital interaktif terbukti meningkatkan motivasi belajar melalui penggunaan video edukatif dan instrumen pembelajaran berbasis teknologi.

## KESIMPULAN

Merujuk pada hasil analisis data yang telah didapatkan dari berbagai uji dalam penelitian ini dan telah dijelaskan pada Bab IV, hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok #EvaClassroom memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan diri *followers* pada aspek *growth mindset*. Temuan ini diperkuat oleh hasil

uji korelasi nilai  $r = 0,615$  dengan signifikansi  $0,000$ , yang menunjukkan hubungan positif yang kuat, serta uji regresi linear sederhana yang menghasilkan koefisien  $B = 0,961$  dengan signifikansi  $0,000$  yang berarti konten TikTok #EvaClassroom memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan diri *followers* khususnya pada aspek *growth mindset*. Melalui hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar  $0,668$  artinya, konten TikTok #EvaClassroom berkontribusi dalam menjelaskan  $66,8\%$  variansi pengembangan diri *followers*. Sementara itu,  $33,2\%$  sisanya berasal dari faktor-faktor lain di luar ruang lingkup penelitian.

Hasil ini sejalan dengan konsep S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), dimana konten #EvaClassroom berperan sebagai stimulus yang memunculkan respons positif berupa peningkatan konsistensi, keberanian menghadapi kegagalan, semangat belajar, dan motivasi berkembang. Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa konten edukatif bertema *self development* memiliki kontribusi terhadap sikap *growth mindset followers*. Meskipun konten #EvaClassroom bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi proses tersebut, namun dapat dikatakan bahwa media sosial khususnya TikTok saat ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran non-formal yang mampu mendukung pengembangan diri generasi muda.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi kreator konten edukatif untuk memperhatikan relevansi materi, daya tarik visual, serta kemudahan pemahaman dalam penyampaian pesan agar mampu memicu respons positif dari audiens. Dari sisi teoretis, penelitian ini memperkaya kajian teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) dengan membuktikan bahwa konten pengembangan diri di TikTok dapat berfungsi sebagai stimulus yang memengaruhi proses kognitif dan afektif pengguna, hingga pada akhirnya membentuk respons berupa *growth mindset*.

Penelitian ini terbatas pada satu *platform* media sosial, yaitu TikTok, serta satu jenis konten edukatif, yakni segmen #EvaClassroom milik Eva Alicia. Oleh karena itu, hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan *platform* media sosial lain atau jenis konten edukatif yang berbeda, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti intensitas penggunaan media sosial, dan paparan konten edukatif lainnya yang berpotensi memengaruhi *growth mindset followers*.

## References

- Abidin, A. R., & Abidin, M. (2021). Urgensi komunikasi model stimulus organism response (S-O-R) dalam meningkatkan kualitas pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 74-90. <https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>
- Aminullah, M., & Ali, M. (2020). Konsep pengembangan diri dalam menghadapi perkembangan teknologi komunikasi era 4.0. *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(1), 1-23. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i1.2243>
- Andini, P. R. (2023). Pengaruh konten pada official akun TikTok Ruangguru terhadap prestasi belajar followers. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 15-24. <https://doi.org/10.26623/janaloka.v1i1%20Juni.7022>
- Ariaty, E., Ariandini, N., Alfira, E., & Mustari, U. A. (2025). Pengaruh media digital interaktif terhadap motivasi belajar siswa sekolah menengah. *Jurnal Kependidikan Media*, 14(2), 88-95. <https://doi.org/10.26618/jkm.v14i2.19006>
- Fitri, G. S., Sugara, G. S., Sulistiana, D., & Bariyyah, K. (2022). Model Pelatihan Growth Mindset Untuk Meningkatkan Kegigihan (Grit). *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 8(1), 8-17.
- Hidayatullah. (2024). Pengaruh konten edukasi TikTok Ira Mirawati terhadap penyelesaian tugas akhir mahasiswa. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar). <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/28878>.
- Larassaty, A. L., Nisa, N. L. F., & Fernanda, S. A. (2023). Dampak program pengembangan diri pada pertumbuhan pribadi dan pertumbuhan profesional pada PT ATI Trasindo. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(3), 323-328. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v3i3.1900>
- Lestari, S. P., & Permatasari, R. I. (2023). Pengaruh pengalaman kerja dan disiplin kerja terhadap prestasi kerja karyawan divisi operasional PT. Pegadaian Galeri 24, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 83-9. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1027>
- Marzuki, R. S., & Emeilia, R. I. (2024). Pengaruh konten Instagram @Evtessia terhadap sikap pengembangan diri. *Jurnal Media Penyiaran*, 4(2), 1-7. <https://doi.org/10.31294/jmp.v4i2.7269>
- Natasya, & Kholil, S. (2025). Efektivitas konten media sosial TikTok pada akun @Eva Alicia dalam meningkatkan aktualisasi diri pada generasi Z di Prodi KPI UINSU Stambuk 2021. *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 232-337. <https://doi.org/10.37092/khabar.v7i1.1159>
- Nasril, N. N. (2023). Urgensi Mindset Tumbuh (Growth Mindset) Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik. SALIHA: *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(2), 355-369. <https://doi.org/10.54396/saliha.v6i2.694>
- Novanto, A. F. L. (2023). Pengaruh growth mindset terhadap grit akademik pada santri pesantren mahasiswa Al-Hikam Malang. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/60332>
- Pratiwi, M., Anggraini, D., Mardhiyah, S. A., & Iswari, R. D. (2020). Mengembangkan growth mindset mahasiswa sebagai usaha mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. *Psychology Journal of Mental Health*, 2(2), 24-34. <https://doi.org/10.32539/pjmh.v2i2.34>

- Putra, R. A., & Lestari, D. P. (2021). Analisis regresi linear berganda terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 45-53.
- Putri, R. (2024). Pengaruh media sosial TikTok @vinamuliana terhadap kebutuhan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan pada mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta. (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta).
- Purwitasari, E., Hapsari, R., Fitriani, R., & Harianto, F. (2024). Pengaruh tayangan konten Instagram @daffaspeaks terhadap minat belajar public speaking bagi mahasiswa. *Jurnal BroadComm*, 6(2), 95-106. <https://doi.org/10.53856/m9yfdd93>
- Ramadhanti, A. N., Widyaningrum, B., & Solihat, A. N. (2024). Pengaruh growth mindset dan motivasi belajar terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi (Survei di SMA Negeri 3 Ciamis tahun ajaran 2024/2025). *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi dan Teknologi*, 2(1), 188-200.
- Saputra, R., & Yuliani, F. (2024). Peran konten TikTok @vmuliana sebagai kebutuhan informasi mahasiswa akhir. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 5(2), 114-126. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v5i2.7233>
- Syarofi, A. M. (2024). Pola pikir remaja dilihat dari konten TikTok dan intensitas penggunaan TikTok dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*, 4(2), 121-133. <https://doi.org/10.11594/jesi.04.03.02>
- Umar, N., & Aprelia, C. S. (2025). Pengaruh visual konten media sosial TikTok terhadap peningkatan minat beli konsumen pada produk digital e-book edukatif. *Social Sciences Journal*, 3(1), 112-114.
- Wibowo, I. P., Safriansyah, A., Akbar, M. F., Yulianto, D. V., & Kusmayati, N. K. (2025). Pengaruh 18 tahapan pengembangan diri terhadap *value* diri. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(2), 656-667. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i2.3942>
- We Are Social & Meltwater. (2025, Juli). *Digital 2025: TikTok User Statistics Indonesia*.