

PENGARUH KONTEN EDUKASI ZHAFIRA AQYLA TERHADAP MOTIVASI BELAJAR FOLLOWERS DI TIKTOK

Syifa Dwi Nurhalimah¹, Ari Muharif Mulyadi², Choirul Umam³, Choyrull Ariefin⁴, Fery Harianto⁵

AKMRTV Jakarta^{1,2,4}, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma³

syifadwinurhalimah05@gmail.com¹, arimuharif@akmrtv.ac.id²,

choirul_umam@staff.gunadarma.ac.id³, choyrullariefin@akmrtv.ac.id⁴,

feryharianto@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten edukasi Zhafira Aqyla terhadap motivasi belajar followers di TikTok. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun TikTok @zhafiraiha yang pernah menonton konten edukasi yang dibagikan. Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*, yang memandang khalayak sebagai pihak aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan motivasi mereka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh followers akun TikTok Zhafira Aqyla, sedangkan pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Simple random Sampling* dengan jumlah responden yang ditentukan berdasarkan kriteria penelitian yaitu 100 responden. Variabel konten edukasi diukur melalui indikator frekuensi, durasi, isi konten, dan daya tarik, sedangkan variabel motivasi belajar diukur melalui indikator hasrat untuk berhasil, dorongan dalam belajar, harapan masa depan, penghargaan dalam belajar, kegiatan yang menarik, serta lingkungan belajar yang kondusif. Data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan SPSS 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konten edukasi Zhafira Aqyla terhadap motivasi belajar followers di TikTok. Konten edukasi yang disajikan secara menarik dan relevan mampu meningkatkan semangat serta motivasi belajar followers.

Kata kunci: Konten Edukasi, Zhafira Aqyla, Motivasi Belajar, Followers, TikTok

PENDAHULUAN

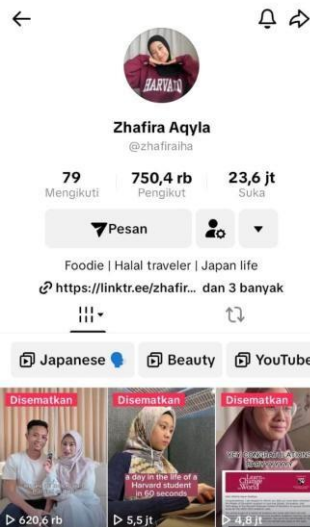
Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh informasi dan berinteraksi. Media sosial kini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media berbagi informasi dan pengetahuan di era digital (Daud, 2021). Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* tahun 2025, jumlah penduduk Indonesia mencapai sekitar 285 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sekitar 212 juta orang atau 74,6% telah menggunakan internet. Selain itu, pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 143 juta orang atau 50,2% dari total populasi. Data ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran informasi dan pembelajaran di masyarakat.

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, maupun video secara daring (Pitaloka et

al., 2021). Berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok semakin populer di kalangan masyarakat. Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok. Berdasarkan survei APJII tahun 2025, TikTok menjadi platform media sosial yang paling sering diakses dengan persentase 35,17%. Persentase tersebut lebih tinggi dibandingkan YouTube sebesar 23,76%, Facebook 21,58%, dan Instagram 15,94%. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media penyampaian informasi maupun konten edukasi.

TikTok yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan kini juga digunakan sebagai sarana belajar melalui beragam konten pendidikan yang bisa diakses oleh siapa saja. Konten edukatif di TikTok memicu munculnya banyak kreator yang menyampaikan pengetahuan dan informasi dengan cara yang menarik, sehingga mudah dipahami oleh penonton. (Alfiani, 2024). Konten edukatif di TikTok tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membantu meningkatkan semangat belajar para pengguna. Motivasi belajar adalah semangat yang muncul dari dalam diri atau dari luar yang membuat seseorang ingin belajar, tetap bersemangat dalam proses belajar, dan berhasil mencapai tujuan belajar yang diinginkan (Sardiman, 2018).

Salah satu kreator yang sering menggunakan TikTok untuk menyampaikan konten edukasi adalah Zhafira Aqyla melalui akun TikTok @zhafiraiha. Zhafira Aqyla dikenal sebagai seorang pembuat konten yang terus-menerus membagikan berbagai jenis konten terkait pendidikan, peningkatan diri, pengalaman belajar di sekolah, cara belajar yang efektif, serta informasi mengenai kesempatan pendidikan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Dengan latar belakang pendidikan yang baik dan pengalaman belajar di luar negeri, Zhafira Aqyla bisa membuat konten yang bermanfaat, sesuai dengan kebutuhan, dan mudah dimengerti oleh para pelajar dan mahasiswa. Hingga Oktober 2025, akun TikTok @zhafiraiha telah memiliki sekitar 751.200 pengikut dan total likes mencapai 23,6 juta. Jumlah pengikut dan interaksi yang banyak menunjukkan bahwa konten yang dibagikan mendapat perhatian dan respon baik dari masyarakat, serta mampu menjangkau banyak orang untuk menyampaikan informasi yang bermanfaat kepada pengguna TikTok.



Gambar 1. Akun TikTok Zhafira Aqyla

Sumber: **TikTok @zhafiraiha**

Zhafira Aqyla adalah salah satu pembuat konten edukasi di TikTok yang terus-menerus berbagi materi tentang semangat belajar, pendidikan, peningkatan diri, pengaturan waktu, serta pengalaman akademisnya saat menempuh studi di luar negeri. Konten yang diajukannya tidak hanya memberi informasi dan pengetahuan baru, tetapi juga bisa membuat pengikut lebih tertib, percaya diri, dan bersemangat dalam mewujudkan tujuan belajarnya. Kebaikan dia dalam membangun pengaruh positif di TikTok didukung oleh cara penyampaian materi yang mudah dipahami, sesuai dengan kehidupan pelajar dan mahasiswa, serta disajikan secara menarik melalui video pendek. Selain itu, berinteraksi aktif dengan pengikut melalui kolom komentar dan menjawab berbagai pertanyaan juga membantu menciptakan hubungan emosional yang lebih dekat, sehingga memperkuat dampak pesan yang disampaikan. Hal itu menunjukkan bahwa materi pembelajaran yang disampaikan oleh Zhafira Aqyla mampu memberikan dampak positif terhadap semangat belajar para pengikutnya, baik melalui pemberian informasi yang berguna maupun melalui dorongan untuk terus berkembang dan mencapai tujuan akademik.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten edukasi di media sosial dapat memberikan pengaruh positif terhadap motivasi belajar pengguna (Andini, 2023). Namun penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh konten edukasi dari kreator individu terhadap motivasi belajar followers di TikTok masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten edukasi Zhafira Aqyla terhadap motivasi belajar followers di TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis mengenai pengaruh konten edukatif di media sosial dengan menyoroti peran kreator konten sebagai sumber motivasi belajar bagi followers di TikTok.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dengan tujuan menghasilkan efek atau pengaruh tertentu. Menurut Harold D. Lasswell, komunikasi dapat dipahami melalui unsur “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” yang menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan pengirim pesan, isi pesan, media, penerima, dan efek yang ditimbulkan (Hariyanto, 2021). Dalam penelitian ini, teori komunikasi digunakan untuk menjelaskan proses penyampaian konten edukasi oleh Zhafira Aqyla melalui media sosial TikTok kepada followers sehingga menimbulkan efek berupa motivasi belajar.

New Media

New media adalah perkembangan teknologi komunikasi yang muncul karena proses digitalisasi, sehingga membuat masyarakat lebih mudah dalam mengakses, menyebarkan, dan berinteraksi dengan informasi secara cepat dan meluas. Media baru memungkinkan pengguna tidak hanya menerima pesan, tetapi juga terlibat aktif dalam membuat dan menyebarkan konten melalui berbagai platform digital. Menurut McQuail (2011), media baru merujuk pada berbagai alat teknologi komunikasi yang mengubah cara informasi disebarkan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dibandingkan dengan media tradisional. Media baru memiliki beberapa ciri khas seperti interaktivitas, kehadiran sosial, variasi konten, kebebasan dalam mengontrol, unsur bermain, privasi, dan penyesuaian sesuai kebutuhan pengguna. Hal ini memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif, memilih sendiri, serta mengatur pengalaman berkomunikasi secara lebih fleksibel.

Media Sosial

Media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, serta berbagi informasi melalui jaringan internet. Kehadiran media sosial mempermudah proses pertukaran informasi secara cepat, mudah, dan efisien sehingga menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern (Damayanti et al., 2023). Berbeda dengan media tradisional yang bersifat satu arah, media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah dan partisipasi aktif antar pengguna dalam proses penyebaran informasi (Suratnoaji et al., 2019). Media sosial juga merupakan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan berbagi konten secara daring tanpa batas ruang dan waktu (Cahyono, 2016).

TikTok

TikTok merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna memproduksi dan membagikan video berdurasi singkat kepada khalayak luas. Keunggulan utama TikTok dibandingkan platform media sosial lainnya terletak pada

kemudahan dan kecepatan dalam proses pembuatan video, serta tingkat interaktivitas yang tinggi antara pembuat konten dan penonton, menjadikannya populer terutama di kalangan generasi muda (Yanti et al., 2024).

Konten Edukasi

Konten edukasi merupakan jenis konten yang dibuat untuk memberikan informasi serta menambah wawasan audiens mengenai suatu topik tertentu melalui berbagai media digital. Konten ini dapat disajikan dalam berbagai bentuk seperti teks, video, infografis, podcast, maupun media digital lainnya dengan tujuan membantu pengguna memahami materi yang disampaikan (Hidayatullah, 2024). Dalam media sosial, konten edukasi berperan sebagai sarana pembelajaran digital yang mendukung proses pendidikan di era modern karena memudahkan pengguna mengakses dan menyebarkan materi pembelajaran secara interaktif (Fitri, 2024). Bentuk konten edukasi di media sosial dapat berupa tutorial pembelajaran, penjelasan ilmiah, maupun wawasan budaya yang memberikan pengetahuan kepada audiens (Zhazaretta & Djuhardi, 2023).

Motivasi Belajar

Motivasi belajar merupakan dorongan internal yang mendorong individu untuk menumbuhkan keinginan dan semangat dalam proses pembelajaran. Keberadaan motivasi belajar memberikan arah dan fokus positif sehingga membantu peserta didik mencapai tujuan pendidikan (Umar et al., 2023). Individu yang memiliki motivasi belajar tinggi cenderung lebih optimal dalam mengikuti proses pembelajaran dan memperoleh hasil belajar yang lebih baik. Motivasi belajar dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal seperti niat dan kesadaran diri, serta faktor eksternal seperti dukungan orang tua, guru, teman sebaya, dan lingkungan belajar (Umar et al., 2023).

Followers

Followers merupakan pengguna media sosial yang mengikuti akun tertentu untuk memperoleh informasi dan konten yang dibagikan oleh akun tersebut. Followers tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga terlibat aktif melalui interaksi seperti komentar, likes, dan berbagi konten. Menurut Rahayu (2025), followers memiliki peran penting dalam membentuk komunitas digital dan memperkuat hubungan antara kreator konten dengan audiens. Followers yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengikut akun TikTok @zhafiraiha yang menerima paparan konten edukasi dari Zhafira Aqyla.

Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa penonton secara aktif memilih dan memakai media karena keinginan serta alasan tertentu. Teori ini diajukan oleh Elihu Katz dan Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch berpendapat bahwa orang yang menggunakan media tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi mereka juga secara sadar memilih media tertentu agar bisa merasa puas, misalnya untuk mendapatkan informasi, hiburan, atau kebutuhan sosial. Menurut Dainton (2018), teori *Uses and*

Gratifications lebih fokus pada alasan yang membuat penonton memilih media tertentu, sehingga intinya adalah bagaimana seseorang menggunakan media untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan pribadinya (dalam Karunia H et al., 2021). Dalam penelitian ini, teori *Uses and Gratifications* digunakan untuk menjelaskan bahwa pengikut TikTok Zhafira Aqyla secara aktif memilih dan mengakses konten edukasi sebagai cara memenuhi kebutuhan akan informasi serta dorongan untuk belajar.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengamati dampak konten edukasi yang dibuat oleh Zhafira Aqyla terhadap semangat belajar para pengikut di TikTok. Proses penelitian dimulai dengan menentukan objek penelitian yaitu konten edukasi yang ada di akun TikTok @zhafiraiha, lalu mengumpulkan data dari para pengikut yang pernah melihat konten tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner online melalui Google Form. Kuesioner tersebut berisi pernyataan yang disusun berdasarkan indikator-indikator variabel penelitian, yaitu konten edukasi sebagai variabel independen (X) dan motivasi belajar sebagai variabel dependen (Y).

Responden dipilih berdasarkan kriteria penelitian, yaitu pengguna TikTok yang mengikuti akun Zhafira Aqyla, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Data yang didapat kemudian diproses menggunakan aplikasi SPSS 24.0 melalui tahap uji instrumen untuk menjamin kualitas data, yaitu dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah instrumen dianggap layak, dilakukan analisis data dengan menguji asumsi klasik seperti uji normalitas dan uji linearitas, lalu dilanjutkan dengan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui hubungan serta tingkat pengaruh konten edukasi terhadap motivasi belajar followers. Pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk mengecek apakah variabel X berdampak signifikan terhadap variabel Y. Selain itu, dilakukan juga uji koefisien determinasi (R Square) untuk melihat seberapa besar kontribusi konten edukasi dalam menjelaskan perubahan motivasi belajar responden.

HASIL DAN DISKUSI

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang telah dilakukan, semua pernyataan dalam variabel Konten Edukasi (X) dan Motivasi Belajar (Y) dianggap valid. Hal ini terlihat dari nilai *r* hitung pada setiap item pernyataan yang lebih tinggi dibandingkan nilai *r* tabel yang sebesar 0,361. Nilai *r* hitung untuk variabel Konten Edukasi (X) berada antara 0,557 sampai 0,781, sedangkan untuk variabel Motivasi Belajar (Y) berada antara 0,490 sampai 0,866. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam butir mampu mengukur indikator yang diteliti dan memiliki tingkat akurasi yang baik dalam

merepresentasikan variabel penelitian. Oleh karena itu, semua item pertanyaan dalam kuesioner dianggap layak digunakan sebagai alat penelitian dan dapat dilanjutkan ke tahap pengumpulan data serta analisis selanjutnya.

Hasil pengujian reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha*, diperoleh angka 0,916 untuk variabel Konten Edukasi (X) dan 0,944 untuk variabel Motivasi Belajar (Y). Kedua nilai tersebut berada dalam rentang 0,80 hingga 1,00, yang masuk ke dalam kategori reliabilitas sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa alat penelitian ini cukup konsisten, jadi bisa menghasilkan data yang stabil dan bisa dipercaya ketika digunakan dalam situasi yang sama. Nilai reliabilitas yang tinggi tersebut menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner sangat terkait satu sama lain dalam mengukur konsep yang sama. Oleh karena itu, instrumen penelitian tersebut dianggap reliabel dan layak digunakan untuk mengukur dampak konten edukasi Zhafira Aqyla terhadap motivasi belajar para pengikut di TikTok.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.45761210
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.050
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Di Olah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dan bantuan software *IBM Statistical Product Service Solution* (SPSS) versi 24.0, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig.2-tailed*) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih tinggi dari tingkat signifikansi yang sudah ditentukan, yaitu 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data hasil penelitian mengikuti pola distribusi normal, artinya tidak ada penyimpangan signifikan dari bentuk distribusi normal tersebut. Dengan demikian, data sisa dari penelitian tentang pengaruh konten edukasi Zhafira Aqyla terhadap motivasi belajar pengikut di TikTok telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa data yang didapat mampu mencerminkan kondisi penelitian dengan

baik, sehingga bisa memberikan gambaran yang tepat mengenai hubungan antara variabel konten edukasi dan motivasi belajar para followers di TikTok.

Uji Linearitas

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motivasi Belajar * Konten Edukasi	Between Groups	(Combined)	4984.257	65	76.681	1.322	.189
		Linearity	888.092	1	888.092	15.309	.000
		Deviation from Linearity	4096.164	64	64.003	1.103	.385
	Within Groups		1972.333	34	58.010		
	Total		6956.590	99			

Sumber: Di Olah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji linearitas yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi (Sig). Deviasi dari linearitas sebesar 0,385, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan lurus antara variabel Konten Edukasi (X) dan Motivasi Belajar (Y). Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa hubungan antara kedua variabel mengikuti garis lurus dan telah memenuhi asumsi linearitas yang diperlukan dalam analisis regresi linear sederhana. Oleh karena itu, data penelitian tersebut dianggap tepat untuk dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan uji regresi agar dapat mengetahui pengaruh konten edukasi yang dibuat oleh Zhafira Aqyla terhadap motivasi belajar para pengikutnya di TikTok.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	10.631	2.272		4.680
	Konten Edukasi	1.156	.053	.911	21.864

a. Dependent Variable: Motivasi Belajar

Sumber: Di Olah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh persamaan regresi $Y = 10,631 + 1,156X$, yang menunjukkan bahwa konten edukasi Zhafira Aqyla memiliki dampak positif terhadap semangat belajar pengikutnya di TikTok. Nilai koefisien regresi 1,156 menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara variabel konten edukasi dan motivasi belajar para followers. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas materi pembelajaran yang dibagikan, semakin bersemangat pengikut dalam menggunakan TikTok sebagai sarana belajar.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 ^a	.830	.828	3.47521

a. Predictors: (Constant), Konten Edukasi

Sumber: Di Olah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,828, yang artinya variabel konten edukasi Zhafira Aqyla mampu menjelaskan perubahan motivasi belajar pengikut di TikTok sebesar 82,8%. Persentase itu menunjukkan bahwa kebanyakan perubahan semangat belajar pengikut dipengaruhi oleh kualitas dan sifat konten pendidikan yang ditampilkan. Sementara itu, 17,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian dan tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten pendidikan berpengaruh cukup besar dalam meningkatkan semangat belajar para pengikut di TikTok.

Hasil Uji Koefisien Secara Parsial

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Secara Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.631	2.272	4.680	.000
	Konten Edukasi	1.156	.053	.911	.000

a. Dependent Variable: Motivasi Belajar

Sumber: Di Olah Peneliti (2026)

Berdasarkan uji parsial (uji t), diperoleh nilai t-hitung sebesar 21,864 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,660 pada tingkat signifikansi 5%, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel konten edukasi Zhafira Aqyla memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap motivasi belajar para pengikut di TikTok. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya konten pendidikan yang berisi informasi, menarik, dan mudah dimengerti dapat meningkatkan semangat belajar para pengikut. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa konten edukasi memengaruhi motivasi belajar followers diterima, sementara hipotesis nol (H₀) ditolak.

Kaitan dengan Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratifications* memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai kebutuhan dan tujuan tertentu. Berdasarkan hasil penelitian, followers akun TikTok @zhafiraiha secara sadar memilih konten edukasi Zhafira Aqyla karena dianggap mampu memenuhi kebutuhan informasi, motivasi, dan dorongan untuk mencapai tujuan akademik serta masa depan mereka.

Keaktifan followers terlihat dari tingginya intensitas menonton, pemahaman terhadap isi konten, serta ketertarikan terhadap pesan edukasi yang disampaikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun motivasi belajar, meningkatkan semangat belajar, dan memperkuat harapan followers terhadap cita-cita masa depan mereka.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten edukasi Zhafira Aqyla di TikTok berpengaruh cukup besar terhadap semangat belajar para pengikutnya. Hal ini terbukti dari hasil pengujian hipotesis, di mana nilai t -hitung lebih besar dari t -tabel, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selain itu, konten edukasi berpengaruh hingga 82,8% terhadap semangat belajar pengguna TikTok yang menonton konten tersebut.

Pada variabel konten edukasi, indikator isi konten menjadi aspek yang paling utama dengan nilai rata-rata 3,40 yang berada dalam rentang 3,25 hingga 4,00. Hal ini menunjukkan bahwa para pengikut sangat setuju bahwa konten yang diposting oleh Zhafira Aqyla memberikan informasi yang berguna. Sementara itu, pada variabel motivasi belajar, indikator harapan dan cita-cita masa depan mendapatkan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,43, yang juga berada dalam rentang 3,25–4,00. Hal ini menunjukkan bahwa para followers sangat setuju bahwa konten tersebut mendorong mereka untuk belajar lebih giat demi mewujudkan cita-cita di masa depan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukasi yang disajikan secara menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan penonton dapat menjadi cara yang efektif untuk belajar melalui media sosial. TikTok sebagai platform digital tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga bisa menjadi sarana edukasi yang membantu meningkatkan semangat belajar, memperluas pengetahuan, serta mendorong followers untuk memiliki motivasi yang lebih tinggi dalam mencapai tujuan akademik dan impian mereka di masa depan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa konten edukasi yang dibuat oleh Zhafira Aqyla di TikTok membantu meningkatkan semangat belajar para pengikutnya. Konten

pembelajaran yang disajikan dengan cara menarik, informatif, sesuai dengan kebutuhan, dan mudah dimengerti bisa membantu pengikut mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat serta memotivasi mereka untuk terus belajar. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama TikTok, bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga bisa dipakai sebagai alat belajar yang efektif.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengguna media yang menjadi followers berperan aktif dalam memilih dan mengonsumsi konten yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Konten edukasi yang baik bisa memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan para pengikut, sehingga membuat mereka tertarik untuk belajar lebih lanjut. Dengan demikian, konten edukasi yang disebarluaskan lewat TikTok memiliki kemungkinan besar untuk membantu proses belajar dan menjadi pilihan sumber belajar yang mudah dicari oleh masyarakat, terutama kalangan generasi muda.

Saran

Saran Akademis

Penelitian ini menunjukkan bahwa masih ada pengikut yang belum melihat dan menonton secara teratur konten edukasi yang dibuat oleh Zhafira Aqyla. Oleh karena itu, sebaiknya Zhafira Aqyla meningkatkan konsistensi dan variasi dalam konten yang dibuat, serta memberikan format yang lebih interaktif agar dapat meningkatkan minat dan keterlibatan para pengikutnya. Selain itu, konten juga bisa diperluas ke platform media sosial lainnya agar bisa mencapai lebih banyak penonton.

Saran Praktis

Peneliti berikutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan cakupan lebih luas lagi dan memakai variabel atau indikator yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih beragam dan lebih lengkap.

REFERENSI

- Alfiani, V. I. V. I. (2024). Analisis Konten Edukasi Teknik Public speaking Pada Akun TikTok@ Daffaspeaks. *Manajemen Komunikasi Islam*.
- Andini, P. R. (2023). Pengaruh konten pada official akun TikTok Ruangguru terhadap prestasi belajar followers. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1 Juni), 15-24.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram@ rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173-190.
- Daud, R. F. (2021). Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Bahasa Indonesia. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 252-269.
- Hariyanto, D. 2021. Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. Sidoarjo: UMSIDA Press

- Hidayatullah. (2024). Pengaruh Konten Edukasi TikTok Ira Mirawati Terhadap Penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- McQuail, D. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Pitaloka, E. D., Aprilizdihar, M., & Dewi, S. (2021). Pemanfaatan sosial media sebagai sarana pembelajaran di era digital. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*, 4(2), 101–110.
- RAHAYU, G. D. (2025). *Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif Pada Akun Instagram@ ibuiramira* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Suratnoaji, C., Nurhadi, N., & Candrasari, Y. (2019). Metode analisis media sosial berbasis big data.
- Yanti, E., Tayan, A., & Samudra, M. (2024). Pengaruh Konten Kreator TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fikomm Universitas Mercu Buana Yogyakarta Tahun 2023. *Jkomdis: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(1), 123-128. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS) Vol, 4, 123-128.*
- Zhazaretta, A., & Djuhardi, L. (2023). Fenomenologi Konten Kreator Dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Media Sosial Tiktok. *Ikra-ITH Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 23-30.