

EFEKTIVITAS KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN @EVA ALICIA DALAM MENINGKATKAN AKTUALISASI DIRI PADA GENERASI Z DI PRODI KPI UINSU STAMBUK 2021

Natasya, Syukur Kholil

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

natasya0101211018@uinsu.ac.id, syukurkholil@uinsu.ac.id

Abstrak

Article History

Received : 06-04-2025

Revised : 28-05-2025

Accepted : 05-05-2025

Keywords:

*Social Media,
TikTok, Z Generation,
Self-Actualization*

This study aims to analyze the effectiveness of TikTok social media content on the @eva.alicia account in increasing self-actualization in generation Z, especially students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program (KPI) of the State Islamic University of North Sumatra (UINSU) stambuk 2021. Self-actualization is one of the highest needs in the hierarchy of human needs according to Abraham Maslow, which reflects the full realization of the individual's potential. In today's digital era, social media is one of the dominant means of self-actualization among generation Z. TikTok as a short video-based platform has become a very popular medium of self-expression and development. The @eva.alicia account, which consistently presents motivational, self-improvement, and self-love content, is considered to be able to have a positive influence on the behavior and way of thinking of its audience. The research method used was quantitative descriptive with data collection techniques through the distribution of questionnaires to 70 UINSU KPI student respondents. The results of the study showed that most of the respondents felt encouraged to recognize their potential, improve their quality, and be more confident in expressing themselves in public spaces after consuming content from the account. In addition, respondents also showed increased awareness of the importance of mental health, skill development, and forming a positive self-image.

Pendahuluan

Media sosial sudah menjadi bagian dari gaya hidup, terutama bagi Generasi Z. Sebagai era yang lahir di era digital, Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial untuk bersosialisasi tetapi juga untuk menggali potensi dirinya. Namun pemanfaatan media sosial untuk aktualisasi diri belum sepenuhnya optimal di kalangan mahasiswa. Media sosial kini tidak lagi sekedar berfungsi sebagai sarana hiburan, namun telah menjadi wadah multifungsi yang menopang pengembangan diri. Pada era ini, Generasi Z aktif mengeksplorasi berbagai potensi melalui media sosial, memanfaatkan teknologi yang terus berkembang

pesat untuk mendukung kreativitas, pembelajaran, dan aktualisasi diri. Kemajuan teknologi telah membentuk cara orang bersosialisasi, di mana jarak dan waktu dapat menyatukan setiap orang dalam dunia maya, termasuk media sosial. Generasi muda mempunyai kepribadian yang beragam, dan generasi muda juga terbuka dalam mengkomunikasikan dirinya di media sosial (Ayun, 2015).

Di Era digital yang serba cepat saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Platform-platform ini bukan hanya alat untuk berkomunikasi, tetapi juga pusat hiburan, informasi, bahkan interaksi sosial. Popularitasnya yang terus meningkat tidak terlepas dari inovasi berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan teknologi untuk menarik perhatian pengguna. Seiring waktu dan perkembangan inovasi, fitur-fitur yang ditawarkan oleh media sosial menjadi semakin beragam, membuat orang semakin bergantung padanya. Tristan Harris, mantan manajer produk Google, pernah mengakui bahwa platform besar seperti Facebook, Google, YouTube, Snapchat, Twitter, dan Instagram telah menghabiskan miliaran dolar untuk penelitian psikologi guna menemukan cara membuat pengguna kecanduan perhatian dan waktu yang mereka habiskan pada aplikasi digital tersebut (Waney et al., 2020).

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat terkait dengan inovasi digital, termasuk media sosial, yang telah menjadi bagian penting dari kehidupan mereka. Dalam konteks ini, penting untuk melihat bagaimana media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga sebagai alat untuk mendukung pengembangan diri mereka. Media sosial menyediakan platform untuk berbagi informasi, mendapatkan inspirasi, membangun jaringan, dan mengeksplorasi potensi diri. Penelitian ini penting karena mengeksplorasi bagaimana Generasi Z, khususnya dalam program KPI di UINSU, memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan aktualisasi diri mereka. Sebagai mahasiswa di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), penggunaan media sosial menjadi relevan dalam mendukung keterampilan profesional mereka, seperti membangun personal branding, memperluas wawasan, dan mengembangkan kemampuan komunikasi. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat memainkan peran dalam proses pembelajaran dan pembentukan identitas profesional mereka.

Meneliti efektivitas media sosial mencerminkan kemajuan teknologi terkini dan tren media sosial yang memengaruhi pola interaksi dan perilaku Generasi Z saat ini. Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dengan menawarkan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif untuk pengembangan diri, sekaligus menjadi referensi bagi institusi pendidikan dan generasi muda dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi digital secara positif. Sebagai media yang berkembang pesat saat ini, media sosial merupakan bentuk media baru yang paling diminati. Hal ini tentu bukan tanpa alasan. Media sosial menawarkan berbagai kemudahan dan akses yang interaktif, sehingga membuatnya sangat menarik. Salah satu platform media sosial yang paling populer dan digemari saat ini termasuk TikTok. TikTok adalah salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan orang tua dan anak-anak saat ini. Selain itu, ia juga merupakan salah satu destinasi media sosial yang paling terkenal. Masyarakat menyukai TikTok karena kemampuannya menghasilkan uang melalui konten kreatif. Topik-topik keagamaan, berita, gaya hidup, dan konten instruksional adalah beberapa dari banyak topik yang tersedia (Salsabila & Kholil, 2024).

Platform ini digunakan sebagai media bagi pengguna untuk mengekspresikan atau mengaktualisasikan diri mereka. Beragam fitur yang tersedia di TikTok semakin meningkatkan pengalaman pengguna. Platform media sosial ini memungkinkan pengguna untuk membuat konten yang kreatif dan inovatif, serta membagikannya dalam bentuk tantangan video, musik, menari, lip-sync, video motivasi, konten horor, dan lainnya. Semua konten yang dibagikan di TikTok merupakan bentuk ekspresi diri atau aktualisasi diri para penggunanya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai penulis adalah ingin menganalisis tingkat pemahaman Generasi Z di Prodi KPI UINSU Stambuk 2021 tentang konsep aktualisasi diri melalui konten media sosial

Tiktok pada akun Eva Alicia dan ingin mengetahui tingkat relevansi konten yang disajikannya dengan kebutuhan aktualisasi diri mahasiswa. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis sejauh mana konten TikTok pada akun Eva Alicia mampu memengaruhi motivasi aktualisasi diri mahasiswa KPI UINSU. Fokus utamanya diarahkan pada bagaimana mahasiswa memahami konten tersebut, menilai relevansinya dengan kebutuhan pribadi mereka, serta mengidentifikasi elemen konten yang paling berdampak dalam mendorong semangat pengembangan diri. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah terkait peran media sosial sebagai media motivasi, sekaligus menjadi referensi bagi lembaga pendidikan dan generasi muda dalam mengoptimalkan teknologi digital secara positif dan produktif.

Dalam penelitian ini, aktualisasi diri dimaknai sebagai proses tumbuhnya kesadaran akan jati diri, motivasi untuk mengembangkan potensi yang dimiliki, serta keberanian dalam membentuk citra diri yang positif. Mahasiswa di era digital dituntut untuk mampu menampilkan identitas pribadinya, merumuskan arah hidup, dan terus meningkatkan kualitas diri, baik dalam aspek personal maupun profesional. Media sosial hadir sebagai salah satu sarana yang dapat mendukung proses ini apabila dimanfaatkan secara cerdas dan terarah.

Adapun kajian literatur sebagai acuan dalam penulisan penelitian ini diantaranya ialah Firamadhina & Krisnani, (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Medai Edukasi dan Aktivisme” mengungkapkan bahwa Penggunaan media sosial TikTok oleh Generasi Z mampu menciptakan makna dan rasa diri sebagai hasil dari interaksi sosial yang konsisten di antara pengguna. Melalui interaksi sosial, setiap pengguna akan menafsirkannya sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut, dan dari pertukaran perspektif ini, berbagai substansi dalam kehidupan mereka muncul. Hal ini karena setiap pengguna atau individu adalah makhluk yang unik (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Dalam penelitian Sutriani, (2022) menerangkan bahwa keberadaan TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang saat ini populer telah menjadi media untuk aktualisasi diri dalam membangun eksistensi diri bagi generasi milenial. Fleksibilitas dalam menggunakan media sosial TikTok memungkinkan pengguna untuk menampilkan citra diri mereka sesuai dengan keinginan mereka; namun, reaksi terhadap kesan yang ditampilkan seseorang di media sosial ditentukan oleh publik. Di media sosial TikTok, panggung depan, yang merupakan area di mana aktor mengelola kesan yang mereka buat, dan panggung belakang, yang

merupakan area di mana aktor menggambarkan situasi sebenarnya, dapat ditampilkan secara bersamaan (Sutriani, 2022).

Siregar, (2025) dalam penelitiannya yang berjudul “Implikasi Tiktok Terhadap Motivasi dan Aktualisasi Diri” menjelaskan bahwa TikTok, sebagai platform media sosial, memiliki implikasi yang signifikan terhadap motivasi dan aktualisasi diri mahasiswa. Dalam hal motivasi, TikTok berperan sebagai sumber inspirasi melalui konten yang edukatif, motivasional, dan interaktif, yang mendorong semangat untuk belajar dan meraih pencapaian. Fitur-fitur inovatifnya memudahkan mahasiswa untuk menemukan metode pembelajaran yang menarik, sehingga meningkatkan keterlibatan mereka dalam proses akademik. Di sisi lain, TikTok juga menyediakan ruang untuk aktualisasi diri, di mana mahasiswa dapat menyalurkan bakat, minat, dan aspirasi mereka kepada audiens yang lebih luas. Dalam lingkungan yang mendukung, mahasiswa dapat mengekspresikan identitas mereka, berbagi pengalaman, dan menerima masukan yang membangun, yang memperkuat rasa percaya diri dan pencapaian diri mereka (Siregar & Menggala, 2025).

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan, peran media sosial terbukti krusial dalam mendukung pengembangan diri melalui interaksi dan pertukaran informasi. Meskipun sudah banyak penelitian yang mengkaji pengaruh media sosial terhadap pengembangan diri, masih sangat terbatas studi yang secara mendalam menginvestigasi atau meneliti bagaimana konten TikTok, khususnya dari akun @Eva Alicia berkontribusi pada peningkatan motivasi dan aktualisasi diri mahasiswa Prodi KPI UINSU. Penelitian ini dirancang untuk mengisi kekosongan tersebut.

Akun TikTok @EvaAlicia dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki pengikut yang sangat banyak, yaitu lebih dari 3,5 juta orang. Akun ini secara konsisten mengunggah konten yang bersifat motivasional dan edukatif, serta telah mendapatkan verifikasi resmi dari TikTok yang ditandai dengan centang biru. Selain itu, akun ini pernah menerima penghargaan dari TikTok Creator Awards. Konten-kontennya yang inspiratif dan mudah dipahami menjadikan @EvaAlicia sebagai panutan digital yang berpengaruh, khususnya bagi generasi Z, termasuk mahasiswa KPI UINSU

Metode penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang mana metode ini artinya proses penelitian pengumpulan data dengan menggunakan angka sebagai alat untuk menganalisis fenomena yang ingin diketahui. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk penelitian ini karena memungkinkan pengukuran efektivitas media sosial secara objektif melalui data numerik yang diperoleh dari survei. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi hubungan antara intensitas penggunaan media sosial, jenis platform yang digunakan, dan dampaknya terhadap aktualisasi diri mahasiswa KPI UINSU. Data yang dihasilkan juga memberikan hasil yang terstruktur, mudah diinterpretasikan, dan dapat digeneralisasikan untuk menggambarkan fenomena secara lebih luas. Selain itu, pendekatan ini memastikan bahwa temuan penelitian lebih valid dan andal, memungkinkan rekomendasi berbasis bukti untuk mendukung pengembangan diri melalui media sosial.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang terdiri dari 20 butir pertanyaan dengan Skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Menurut Sugiyono, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pandangan seseorang mengenai fenomena sosial tertentu (Permata & Bhakti, 2020). Uji validitas membuktikan bahwa setiap butir pertanyaan menunjukkan nilai $r(\text{hitung})$ lebih besar dari nilai $r(\text{tabel})$ yaitu 0,220, sehingga seluruh item dapat dikatakan valid. Selain itu, dari hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,953, jauh di atas ambang batas minimum 0,70, yang menandakan konsistensi internal instrumen sangat baik. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling (Judgmental Sampling) dengan kriteria khusus, yaitu mahasiswa KPI UINSU stambuk 2021 yang aktif menggunakan TikTok. Metode ini dipilih karena responden yang aktif di platform tersebut memiliki paparan langsung terhadap konten yang diteliti, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dan akurat dalam mengukur pengaruh konten TikTok terhadap aktualisasi diri (Huda M, 2020).

Sampel penelitian ini ditentukan menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 7% ($e = 0,07$), sehingga diperoleh ukuran sampel minimum sebanyak 80 responden. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus slovin $n = N$

$N(e)^2 + 1$

$n = \text{Ukuran sampel/jumlah responden}$ $N = \text{Ukuran populasi}$ Keterangan:

$e = \text{Toleransi Kesalahan (margin of error). } e = 0,07 \text{ atau } 7\%$

Maka $n = 133$

$1 + 133 \cdot 2(0,07)$

$n = 133$

$1 + 133(0,0049)$

$n = 80$

Sampel penelitian ini terdiri dari mahasiswa Program Studi KPI UINSU Stambuk 2021 yang aktif menggunakan TikTok. Peneliti membagi partisipan berdasarkan semester dan kelas, sehingga setiap kelas memiliki representasi yang seimbang. Proporsi responden perempuan yang lebih besar dibandingkan laki-laki dapat disebabkan oleh minat yang lebih tinggi dari kalangan perempuan dalam mengonsumsi konten self-improvement atau media sosial seperti TikTok. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27. Tahap pertama analisis meliputi pengecekan kelengkapan data, kemudian dilanjutkan dengan analisis statistik deskriptif untuk mengetahui distribusi dan kecenderungan data. Selain itu, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner menggunakan uji Product Moment dan *Cronbach's Alpha*, serta analisis korelasi Pearson untuk mengukur hubungan antar variabel.

Data dari kuesioner diolah untuk mengidentifikasi pengaruh konten TikTok terhadap aktualisasi diri mahasiswa. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan akun TikTok yang berfokus pada self-improvement memiliki pengaruh signifikan terhadap aktualisasi diri responden. Banyak responden merasa bahwa konten yang dihadirkan sesuai dengan kebutuhan mereka dalam pengembangan diri, dan sering kali memotivasi mereka untuk mencapai potensi yang lebih baik.

Tabel 1. Penerapan Skala Likert Dalam Penelitian

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Butir	r(hitung)	R(table) 5%	Kriteria
P1	.452	0,220	Valid
P2	.525	0,220	Valid
P3	.525	0,220	Valid
P4	.452	0,220	Valid
P5	.568	0,220	Valid
P6	.361	0,220	Valid
P7	.349	0,220	Valid
P8	.224	0,220	Valid
P9	.389	0,220	Valid

Setelah melakukan uji validitas pada (Tabel 2) dengan melibatkan 80 responden dari mahasiswa KPI UIN SU Semester Akhir yang aktif menggunakan TikTok, menggunakan rumus Product Moment pada tingkat signifikansi 5%, diperoleh hasil r hitung $> r$ tabel atau nilai r hitung lebih besar dari 0,220, yang menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha r(hitung)	N of Item	Kriteria Minimum	Kriteria
0,953	20	0,70	Reliabel

Dalam uji reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α), yaitu metode yang umum digunakan untuk mengukur konsistensi internal suatu instrumen pengukuran. Nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin tinggi nilainya, semakin baik tingkat reliabilitasnya. Umumnya, nilai $\geq 0,70$ digunakan sebagai standar minimum agar sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, kuesioner ini dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,969, yang lebih tinggi dari batas minimum 0,70 untuk keseluruhan 20 pertanyaan.

Pembahasan

1. Hasil Penelitian Tabel 4.

Statistik Deskriptif

Statistics

Konten membantu mengenali potensi diri		Antara Kebutuhan dasar dan kebutuhan aktualisasi diri	Pentingnya pengembangan diri	Mendorong memahami tujuan hidup	Motivasi mencapai aktualisasi diri
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.7625	3.8250	3.9125	3.7125
Median		4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode		4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.86043	.77582	.76628	.76628
Sum		301.00	306.00	313.00	297.00

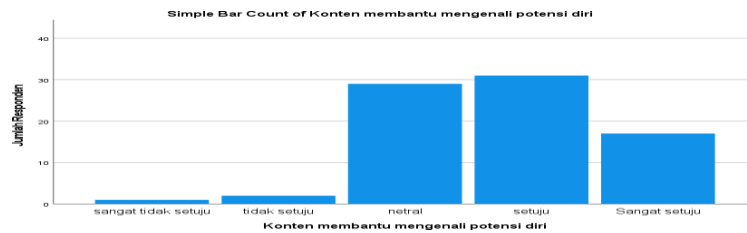
Statistics

Topik konten sesuai kebutuhan aktualisasi diri		Solusi mengatasi hambatan dalam pengembangan diri	Nilai-nilai konten sesuai dengan gaya hidup gen-z	Panduan pengembangan diri akademik dan kehidupan sehari-hari	Tampilan visual menarik membuat termotivasi untuk menonton
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.6250	3.7125	4.0625	3.8000
Median		4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode		3.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.76927	.69708	.80101	.80190
Sum		290.00	297.00	325.00	304.00

Statistics

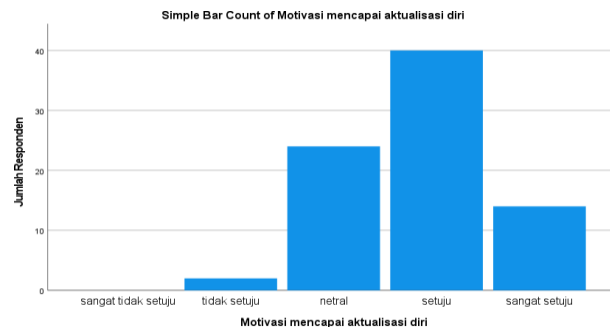
Terdorong mengembangkan keterampilan dan bakat		Mengubah Kebiasaan Negatif menjadi positif	Mulai menetapkan prioritas dalam hidup	Membuat lebih optimis terhadap masa depan	Membantu mengatasi ragu terhadap diri sendiri
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.6375	3.7875	3.6125	3.8125
Median		4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode		4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.76710	.75797	.75463	.71323
Sum		291.00	303.00	289.00	305.00

Berdasarkan hasil uji deskriptif, nilai mean, median, modus, dan standar deviasi untuk masing-masing variabel menunjukkan distribusi data yang cukup baik. Rata-rata (mean) dari seluruh item kuesioner mencerminkan tingkat persetujuan yang tinggi dari responden terhadap efektivitas konten TikTok dalam mendukung aktualisasi diri mereka. Nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan konsistensi jawaban antar responden, yang mengindikasikan persepsi yang relatif seragam terhadap dampak konten yang disajikan oleh akun @Eva Alicia.



Gambar 5. Hasil Grafik Batang

Berdasarkan grafik batang di Tabel 5, mayoritas responden berada pada kategori "setuju" dengan jumlah responden sekitar 30 orang, menunjukkan bahwa banyak responden merasa bahwa konten TikTok membantu mereka mengenali potensi diri. Opsi "netral" juga memiliki jumlah yang cukup tinggi, yaitu sekitar 25 orang. Hanya sedikit responden yang memilih "tidak setuju" dan "sangat tidak setuju," yang menandakan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif atau netral terhadap pernyataan ini. Hal ini menunjukkan bahwa konten TikTok pada akun yang diteliti mayoritas dianggap bermanfaat oleh para responden dalam membantu mereka mengenali potensi diri, meskipun masih ada sebagian yang bersikap netral atau kurang setuju.



Berdasarkan grafik batang mengenai motivasi mencapai aktualisasi diri, mayoritas responden memilih opsi "setuju" dengan jumlah responden sekitar 40 orang, menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa termotivasi untuk mencapai aktualisasi diri. Opsi "netral" memiliki jumlah responden sekitar 25 orang, menunjukkan adanya kelompok yang tidak memiliki pandangan kuat mengenai hal ini. Hanya sedikit responden yang memilih "tidak setuju" dan "sangat tidak setuju," sedangkan sekitar 15 orang memilih "sangat setuju". Secara keseluruhan, mayorHasil Uji Korelasi

A. Kualitas Konten TikTok

Variabel	Pearson	Sig. (2-tailed)	N
Konten membantu mengenali potensi diri	0,568	0,000	80
Topik konten sesuai kebutuhan aktualisasi diri	0,361	0,000	80
Tampilan visual menarik membuat termotivasi untuk menonton	0,459	0,000	80

- Konten membantu mengenali potensi diri ($r = 0,568$, $p = 0,000$, $N = 80$). Ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara konten TikTok dengan kemampuan mahasiswa mengenali potensi diri mereka. Semakin tinggi persepsi mahasiswa bahwa konten tersebut membantu dalam mengenali potensi diri, semakin tinggi juga nilai aktualisasi diri yang tercapai.
- Topik konten sesuai kebutuhan aktualisasi diri ($r = 0,361$, $p = 0,000$, $N = 80$). Nilai korelasi ini berada di kisaran sedang, yang berarti ada relevansi antara topik konten dengan kebutuhan aktualisasi diri mahasiswa, namun tidak sekuat variabel sebelumnya. Topik yang sesuai masih berkontribusi signifikan terhadap perkembangan diri mahasiswa, tetapi dalam skala yang lebih moderat.
- Tampilan visual menarik membuat termotivasi untuk menonton ($r = 0,459$, $p = 0,000$, $N = 80$). Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan sedang yang signifikan antara tampilan visual konten yang menarik dengan motivasi individu untuk menonton dan mencapai aktualisasi diri. Semakin menarik tampilan visual konten TikTok, semakin tinggi motivasi seseorang untuk terlibat dalam konten tersebut, yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan diri.

A. Aktualisasi Diri

Variabel	Pearson	Sig. (2-tailed)	N
Antara kebutuhan dasar dan kebutuhan aktualisasi diri	0,525	0,000	80
Pentingnya pengembangan diri	0,525	0,000	80
Mendorong memahami tujuan hidup	0,452	0,000	80

Ketiga indikator outcome ini menunjukkan hubungan yang sedang hingga kuat, serta signifikan secara statistik, mengindikasikan bahwa persepsi responden tentang aspek dasar pengembangan diri berhubungan positif dengan proses aktualisasi diri.

A. Korelasi antara Variabel Kualitas Konten TikTok dan Outcome Aktualisasi Diri

Kualitas Konten TikTok	Antara kebutuhan dasar dan kebutuhan aktualisasi diri	Pentingnya pengembangan diri	Mendorong memahami Tujuan hidup
Konten Membantu mengenali potensi diri	$r = 0,525$ $p = 0,000$ (N = 80)	$r = 0,525$ $p = 0,000$ (N = 80)	$r = 0,452$ $p = 0,000$ (N = 80)
Topik konten Sesuai kebutuhan aktualisasi diri	$r = 0,398$ $p = 0,000$ (N = 80)	$r = 0,480$ $p = 0,000$ (N = 80)	$r = 0,631$ $p = 0,000$ (N = 80)
Tampilan visual menarik membuat termotivasi untuk menonton	$r = 0,486$ $p = 0,000$ (N = 80)	$r = 0,457$ $p = 0,000$ (N = 80)	$r = 0,407$ $p = 0,000$ (N = 80)

- Konten membantu mengenali potensi diri
Memiliki korelasi yang kuat dengan antara kebutuhan dasar dan kebutuhan aktualisasi diri ($r = 0,525$, $p = 0,000$), pentingnya pengembangan diri ($r = 0,525$, $p = 0,000$), dan mendorong memahami tujuan hidup ($r = 0,452$, $p = 0,000$). Hal ini menunjukkan bahwa konten yang membantu mengenali potensi diri berperan signifikan dalam memenuhi kebutuhan aktualisasi diri mahasiswa di semua aspek tersebut.
- Topik konten sesuai dengan kebutuhan aktualisasi diri
Memiliki hubungan yang signifikan dengan antara kebutuhan dasar dan kebutuhan aktualisasi diri ($r = 0,398$, $p = 0,000$), pentingnya pengembangan diri ($r = 0,480$, $p = 0,000$), dan mendorong memahami tujuan hidup ($r = 0,631$, $p = 0,000$). Korelasi yang paling kuat ada pada variabel "mendorong memahami tujuan hidup," yang menunjukkan bahwa konten yang relevan sangat membantu dalam memberikan arah dan tujuan hidup mahasiswa.
- Tampilan visual menarik membuat termotivasi untuk menonton.
Memiliki korelasi positif yang signifikan dengan ketiga indikator Outcome Aktualisasi Diri, yakni "Antara kebutuhan dasar dan kebutuhan aktualisasi diri" ($r = 0,486$, $p = 0,000$), "Pentingnya pengembangan diri" ($r = 0,457$, $p = 0,000$), dan "Mendorong memahami tujuan hidup" ($r = 0,407$, $p = 0,000$). Hal ini menunjukkan bahwa tampilan visual yang menarik pada konten TikTok memiliki hubungan yang signifikan dengan motivasi individu untuk menonton, yang pada akhirnya mendukung kebutuhan aktualisasi diri, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengembangan diri, serta membantu individu dalam memahami tujuan hidup mereka.

Catatan:

- r adalah koefisien korelasi pearson
 - p (Sig. 2-tailed) menunjukkan tingkat signifikansi
- N adalah jumlah responden yang mengisi item tersebut

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah konten yang disajikan oleh akun TikTok @Eva Alicia mampu meningkatkan aktualisasi diri mahasiswa Prodi KPI UINSU. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa konten self-improvement memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi aktualisasi diri mahasiswa. Temuan penelitian ini mendukung konsep yang telah diuraikan dalam kajian pustaka dan landasan teori, di mana media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai platform untuk menggali potensi dan mengaktualisasikan diri. Khususnya, TikTok dengan ragam kontennya mulai dari video motivasi, tips praktis, hingga storytelling, telah terbukti menjadi medium efektif yang membantu Generasi Z menemukan dan mengembangkan identitas serta kapasitas mereka.

Akun @Eva Alicia dipilih sebagai fokus karena kepopulerannya serta pendekatan kontennya yang edukatif dan inspiratif. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel frekuensi, nilai mean dari berbagai aspek konten TikTok @Eva Alicia menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang cukup positif terhadap efektivitas konten dalam meningkatkan aktualisasi diri mereka. Mean terbesar diperoleh pada item "Nilai-nilai konten sesuai dengan gaya hidup gen- z" dengan nilai 4.0625, diikuti oleh "Konten singkat namun padat sehingga mudah dipahami" dengan nilai mean 4.0875. Ini menunjukkan bahwa konten yang sesuai dengan gaya hidup generasi Z dan mudah dipahami memiliki daya tarik yang kuat dan berdampak dalam memotivasi pengguna untuk mengembangkan diri. Selain itu, standar deviasi yang moderat mengindikasikan konsistensi yang cukup baik di antara jawaban responden, yang memperkuat asumsi bahwa konten tersebut efektif dalam mendukung pengembangan diri para penggunanya. Secara keseluruhan, data ini mendukung hipotesis bahwa konten TikTok dari akun @Eva Alicia mampu meningkatkan kesadaran diri dan motivasi untuk mengembangkan potensi pada mahasiswa Generasi Z Prodi KPI UINSU. Hasil ini menunjukkan bahwa konten TikTok yang sesuai dengan gaya hidup generasi Z dan singkat namun padat lebih cenderung memotivasi mereka untuk mengembangkan diri, sejalan dengan konsep media sosial sebagai platform aktualisasi diri.

Hasil kuesioner, diperoleh temuan bahwa penggunaan akun TikTok yang berfokus pada konten self-improvement memiliki pengaruh signifikan terhadap aktualisasi diri responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa konten yang disajikan oleh akun @Eva Alicia sangat sesuai dengan kebutuhan pengembangan diri mereka. Responden merasa termotivasi dan mendapatkan inspirasi untuk mencapai potensi diri yang lebih baik melalui konten edukatif, motivasional, dan kreatif yang dihadirkan di TikTok.

Berdasarkan grafik batang di Tabel 5 yang menunjukkan distribusi responden dalam menilai efektivitas konten, mayoritas responden berada pada kategori "setuju" dengan jumlah responden sekitar 30 orang, menunjukkan bahwa banyak responden merasa bahwa konten TikTok membantu mereka mengenali potensi diri. Opsi "netral" juga memiliki jumlah yang cukup tinggi, yaitu sekitar 25 orang. Hanya sedikit responden yang memilih "tidak setuju" dan "sangat tidak setuju," yang menandakan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif atau netral terhadap pernyataan ini. Hal ini menunjukkan bahwa

mayoritas responden merasa konten TikTok membantu mereka mengenali potensi diri, yang mendukung hipotesis bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana aktualisasi diri. Responden yang memberikan tanggapan 'netral' juga cukup signifikan, menunjukkan bahwa meskipun mayoritas merasakan dampak positif, masih ada sebagian yang belum sepenuhnya merasakan manfaat tersebut.

Grafik yang menunjukkan mayoritas responden merasa termotivasi untuk mencapai aktualisasi diri melalui konten TikTok mendukung hipotesis bahwa media sosial dapat menjadi platform yang efektif dalam memfasilitasi pengembangan diri. Responden yang memilih opsi 'setuju' menegaskan bahwa konten yang dikonsumsi memberikan pengaruh signifikan dalam membantu mereka menyadari potensi diri dan termotivasi untuk mencapainya. Namun, tingginya angka pada kategori 'netral' juga perlu diperhatikan, karena ini dapat menunjukkan adanya ambiguitas atau ketidakpastian di kalangan sebagian responden tentang sejauh mana konten tersebut benar-benar mempengaruhi motivasi mereka. Hal ini mungkin terkait dengan perbedaan individu dalam memahami dan mengaplikasikan informasi yang mereka terima dari media sosial. Dari data kuantitatif hasil uji korelasi pada Tabel 6, ditemukan bahwa terdapat korelasi positif antara intensitas paparan terhadap konten pengembangan diri di TikTok dengan peningkatan motivasi aktualisasi diri di kalangan mahasiswa Prodi KPI UINSU. Berdasarkan tabel korelasi di atas, terlihat bahwa seluruh variabel Kualitas Konten TikTok memiliki korelasi positif yang signifikan ($p < 0,01$) dengan ketiga indikator Outcome Aktualisasi Diri, yakni 'Antara kebutuhan dasar dan kebutuhan aktualisasi diri,' 'Pentingnya pengembangan diri,' dan 'Mendorong memahami tujuan hidup.' Nilai Pearson (r) berkisar antara 0,398 hingga 0,631, yang menunjukkan hubungan sedang hingga kuat antara variabel- variabel tersebut.

Korelasi tertinggi terlihat pada variabel 'Topik konten sesuai kebutuhan aktualisasi diri' dengan nilai $r = 0,631$, yang mengindikasikan bahwa konten TikTok yang relevan membantu individu dalam memahami tujuan hidup mereka secara lebih baik, terutama dalam konteks pengembangan diri dan pencapaian aktualisasi diri. Sementara itu, pada variabel 'Tampilan visual menarik membuat termotivasi untuk menonton,' korelasi juga signifikan dengan nilai $r = 0,486$ dan $p = 0,000$, yang menunjukkan hubungan positif antara tampilan visual yang menarik dengan motivasi mahasiswa untuk terus menonton konten yang relevan dengan pengembangan diri mereka.

Perbedaan pada nilai r di antara variabel-variabel lainnya juga menunjukkan bahwa kualitas konten TikTok, seperti konten yang membantu mengenali potensi diri dan tampilan visual menarik membuat termotivasi untuk menonton, berkontribusi positif dalam membantu individu mencapai aktualisasi diri, baik dalam konteks memahami kebutuhan dasar mereka maupun dalam proses menetapkan tujuan hidup yang jelas. Hasil korelasi yang tinggi dan signifikan antara konten TikTok (seperti relevansi, bantuan mengenali potensi, dan pemberian solusi) dengan aspek-aspek aktualisasi diri (pentingnya pengembangan diri, memahami tujuan hidup) mendukung teori Maslow. Semakin terpenuhi kebutuhan dasar (pengetahuan, relevansi, motivasi), semakin besar dorongan responden untuk bergerak menuju puncak hierarki kebutuhan, yaitu aktualisasi diri. Korelasi positif yang kuat menunjukkan bahwa paparan konten TikTok yang relevan dan solutif dapat meningkatkan keyakinan responden (*self-efficacy*) untuk

bertindak, misalnya menetapkan tujuan hidup, mengatasi hambatan, dan mengembangkan diri. Semakin yakin seseorang terhadap kemampuannya (yang dipicu oleh konten motivasional), semakin besar kecenderungan mereka untuk mengejar aktualisasi diri. Hal ini berkaitan dengan *Self-Efficacy* Bandura.

Pada konsep aktualisasi diri menurut hierarki kebutuhan Maslow dan *self-efficacy* dari Bandura, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang di mana mahasiswa dapat mengakses konten yang mendukung realisasi maksimal potensi mereka, menerima umpan balik serta apresiasi yang memperkuat keyakinan dalam mengembangkan kemampuan pribadi, dan membangun personal branding serta jaringan yang mendukung pertumbuhan profesional. Legitimasi dan keandalan instrumen penelitian yang tinggi, yang diperoleh melalui kuesioner komprehensif, menjadikan pengukuran persepsi mahasiswa terhadap kecukupan konten pengembangan diri di TikTok lebih objektif dan dapat dipercaya. Hal ini juga menggambarkan bahwa variabel-variabel seperti intensitas penggunaan, relevansi konten, dan tingkat motivasi aktualisasi diri telah didefinisikan dengan baik.

Terdapat beberapa elemen konten pada akun TikTok Eva Alicia yang paling berpengaruh dalam meningkatkan motivasi aktualisasi diri mahasiswa Generasi Z. Elemen-elemen tersebut meliputi penggunaan visual yang menarik dan dinamis dalam setiap unggahannya, di mana elemen visual yang ditampilkan mampu menarik perhatian audiens secara langsung. Selain itu, narasi yang disampaikan melalui video juga memiliki peran penting, terutama ketika narasi tersebut mengandung pesan-pesan inspiratif yang relevan dengan kehidupan sehari-hari Generasi Z. Konten yang berfokus pada pengembangan diri, seperti tips self-improvement dan motivasi, menjadi salah satu elemen kunci yang memotivasi audiens untuk lebih memahami pentingnya aktualisasi diri. Interaksi Eva Alicia dengan pengikutnya melalui balasan komentar juga turut memperkuat dampak kontennya, karena audiens merasa lebih terhubung dan termotivasi. Dengan kombinasi elemen-elemen ini, konten yang disajikan oleh Eva Alicia secara efektif mendorong pengembangan diri dan meningkatkan motivasi aktualisasi diri Generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif antara penggunaan TikTok dan peningkatan aktualisasi diri, terdapat beberapa keterbatasan. Populasi yang terbatas pada mahasiswa Prodi KPI UINSU mengharuskan generalisasi temuan kepada populasi yang lebih luas dilakukan dengan hati-hati, dan fokus penelitian yang hanya meneliti satu akun (Eva Alicia) membuat variasi jenis konten serta akun TikTok lainnya belum dapat diungkap secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis dampak konten pengembangan diri di berbagai platform media sosial serta melibatkan populasi yang lebih luas atau lintas disiplin guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam aktualisasi diri.

Dalam konteks Islam, dorongan untuk mengaktualisasikan diri juga mendapat landasan spiritual. Allah SWT berfirman dalam QS. Ar-Ra'd ayat 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِكُمْ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

Ayat ini menegaskan bahwa perubahan dan pengembangan diri dimulai dari dalam diri individu. Maka, konten-konten motivasi seperti yang disampaikan oleh akun TikTok @EvaAlicia dapat menjadi pemicu awal bagi mahasiswa untuk menyadari pentingnya perubahan, menetapkan tujuan, dan berproses menuju aktualisasi diri yang sejati.

Simpulan

Penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan kreativitas, motivasi, dan kepercayaan diri mahasiswa Prodi KPI UINSU Stambuk 2021. Konten-konten yang disajikan melalui TikTok, terutama oleh akun Eva Alicia, mampu mendorong mahasiswa untuk lebih memahami dan mengaplikasikan konsep aktualisasi diri. Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana yang efektif untuk mempromosikan potensi kreatif generasi muda, terutama dalam konteks pembelajaran dan pengembangan diri. Konten yang inspiratif dan relevan menjadi faktor kunci dalam memotivasi mahasiswa untuk mencapai aktualisasi diri mereka.

Penelitian menunjukkan bahwa konten Eva Alicia memiliki tingkat relevansi yang tinggi terhadap kebutuhan aktualisasi diri Generasi Z, khususnya mahasiswa di Prodi KPI UINSU Stambuk 2021. Beberapa elemen konten, seperti pesan yang inspiratif dan visual yang menarik, terbukti berperan penting dalam meningkatkan motivasi untuk mencapai aktualisasi diri. Selain itu, elemen-elemen lain seperti konsistensi penyampaian pesan dan interaksi yang dilakukan oleh Eva Alicia dalam bentuk komentar dan balasan terhadap pengikutnya juga memberikan dampak positif dalam mendorong mahasiswa untuk lebih memahami dan mencapai aktualisasi diri.

Maka, Semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kualitas konten, termasuk aspek seperti kemampuan konten membantu mengenali potensi diri, relevansi konten terhadap tantangan mahasiswa Generasi Z, dan solusi praktis yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat pengembangan diri mereka. Hal ini dibuktikan melalui statistik deskriptif dan uji korelasi yang menunjukkan nilai r di atas 0,50 dengan $p < 0,01$. Temuan ini mendukung teori aktualisasi diri Maslow dan konsep *self-efficacy* Bandura, yang menggaris bawahi pentingnya terpenuhinya kebutuhan dasar dan peningkatan keyakinan diri dalam proses pencapaian potensi penuh.

Dengan demikian penelitian ini memiliki saran yang diajukan pada penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan sampel dari berbagai prodi atau universitas, serta meneliti lebih dari satu akun TikTok. Hal ini akan meningkatkan generalisasi temuan dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh konten media sosial terhadap aktualisasi diri.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rafiq. 2020. Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Fidei: Jurnal Artikel*, 1(1), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Ayun, P. Q. 2015. Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 1–16. <https://doi.org/10.24090/komunika.v1i1i2.1365>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. 2021. Perilaku Generasi Z Terhadappenggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share :Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Hadori, M. 2015. Aktualisasi-Diri (Self-Actualization); Sebuah Manifestasi Puncak Potensi Individu Berkepribadian Sehat (Sebuah Konsep Teori Dinamika-Holistik Abraham Maslow). *Jurnal Lisan Al-Hal*, 9(2), 261–287. <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/lisanalhal/article/view/92/79>
- Huda M, P. A. 2020. Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Pada UMKM Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 8(2), 2020.
- Mukhid, A. 2009. SELF-EFFICACY (Perspektif Teori Kognitif Sosial dan Implikasinya terhadap Pendidikan). *Article*, 4(1), 16–23. <https://doi.org/10.1109/HiPINEB.2018.00011>
- Pardianti, M. S., & S, V. 2022. Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187–210. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>
- Permata, A., & Bhakti, Y. B. 2020. Keefektifan Virtual Class dengan Google Classroom dalam Pembelajaran Fisika Dimasa Pandemi Covid-19. *JIPFRI (Jurnal Inovasi Pendidikan Fisika Dan Riset Ilmiah)*, 4(1), 27–33. <https://doi.org/10.30599/jipfri.v4i1.669>
- Salsabila, A., & Kholil, S. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Dakwah Ustadz Agama dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Islam Remaja Milenial. 8(4).
- Siregar, D. M., & Menggala, N. P. 2025. *Implikasi TikTok Terhadap Motivasi dan Aktualisasi Diri*. 3.
- Sutriani, I. A. 2022. Aktualisasi Diri Dan Media Sosial (Dramaturgi Kaum Millenial Dalam Media Sosial Tiktok). *Urnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 17(2), 89–98.
- Waney, N. C., Kristinawati, W., & Setiawan, A. 2020. Mindfulness Dan Penerimaan Diri Pada Remaja Di Era Digital. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 22(2), 73. <https://doi.org/10.26486/psikologi.v22i2.969>
- Wirahyuda, P. 2024. Persepektif Teori Uses and Gratification: Pengembangan Diri Kalangan Remaja Gen Z Melalui Media Aplikasi TikTok Kecamatan Toboali, Kabupaten Bangka Selatan. *SKRIPSI. Skripsi*, 15(1), 37–48.