

Pengaruh Konten Instagram @Evtessia Terhadap Sikap Pengembangan Diri

Rayka Syachlia Marzuki¹, Rindana Intan Emeilia, S.Sos., M.I.Kom²

Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Ir H. Juanda No.39, Cemp. Putih, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15412, Indonesia

e-mail: 1Raykasm01@gmail.com, 2rindana.rne@bsi.ac.id

ABSTRAK

Rasa percaya diri memainkan peran penting dalam mendorong atau mengurangi risiko gangguan mental pada remaja. Pengembangan diri adalah proses aktif untuk meningkatkan karakter, sifat, perilaku, dan kebiasaan seseorang. Akun Instagram @Evtessia adalah salah satu akun yang berisi motivasi serta pemahaman mengenai isu-isu yang dialami mengenai pengembangan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi apakah konten yang diposting di akun Instagram @Evtessia memiliki pengaruh terhadap sikap pengembangan diri para pengikutnya. Teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R). Teori S-O-R berfokus pada bagaimana stimulus dari lingkungan, seperti konten media sosial, mempengaruhi organisme (pengguna), yang kemudian menghasilkan respons dalam bentuk perubahan sikap atau perilaku. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, di mana sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Kuesioner disebarakan kepada 100 responden pengikut akun Instagram @Evtessia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @Evtessia memiliki pengaruh 50,2% terhadap sikap pengembangan diri, sisanya, sebesar 49,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Konten Instagram, Sikap Pengembangan Diri, Teori Stimulus Organism Response

ABSTRACT

Self-confidence plays a crucial role in either promoting or reducing the risk of mental disorders among adolescents. Self-development is an active process aimed at enhancing one's character, traits, behaviors, and habits. The Instagram account @Evtessia provides motivation and insights into issues related to self-development. This research aims to explore whether the content posted on the Instagram account @Evtessia impacts the self-development attitudes of its followers. The theoretical foundation of this study is the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory, which focuses on how environmental stimuli, such as social media content, influence organisms (users), thereby resulting in changes in attitudes or behaviors. The research method employed is quantitative research, with a sample selected using purposive sampling techniques. A questionnaire was distributed to 100 followers of the Instagram account @Evtessia. The results indicate that @Evtessia account has a 50.2% influence on self-development attitudes, while the remaining 49.8% is influenced by other factors not investigated in this study.

Keywords: Instagram Content, Self-Development Attitudes, Stimulus Organism Response Theory

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, media sosial memudahkan manusia dalam berbagai aktivitas seperti memperoleh, mencari, dan membagikan informasi secara online. Ini juga mencakup komunikasi dan interaksi dengan orang lain (Inayah & Harianto, 2022). Salah satu bentuk komunikasi yang dipergunakan untuk menyebarkan informasi adalah media. Komunikasi massa memiliki banyak bentuk diantaranya adalah media cetak, media elektronik dan juga sosial media (Nur, 2021).

Media sosial merupakan bagian dari kemajuan teknologi internet yang baru, serta keterlibatannya tidak bisa dipisahkan dari kebiasaan yang umum dilakukan oleh masyarakat saat ini. Setiap harinya, jutaan orang menggunakan media sosial, dan dengan adanya perkembangan teknologi seperti smartphone, mereka dapat terhubung hampir di mana saja dan kapan saja. Melalui media sosial, pengguna dapat mengekspresikan diri, berinteraksi dengan orang lain, berkomunikasi, dan menjalin pertemanan secara virtual (Sani & Farid, 2023).

Di era digital saat ini, para pengguna media memiliki banyak pilihan untuk memilih media informasi yang dibutuhkan mulai dari media cetak, elektronik hingga media baru. Platform-platform media sosial seperti Facebook, YouTube, Twitter, dan Instagram merupakan contoh-contoh dari jenis media baru (Utami, 2021).

Salah satu platform media sosial yang saat ini populer di kalangan masyarakat luas adalah Instagram. Pengguna Instagram lebih cenderung menggunakan platform ini karena banyak fitur menariknya. Informasi sangat penting untuk memperluas pemahaman seseorang. Karena informasi sangat penting, setiap orang akan termotivasi untuk mencari sumber informasi yang paling dapat dipercaya dan akurat (Safriana & Samatan, 2021).

Di dalam media sosial Instagram sendiri, terdapat berbagai macam akun pengguna dengan isi konten yang berbeda, diantaranya adalah akun gosip, akun kuliner, akun travelling, dan juga akun motivasi. Akun motivasi adalah akun yang memiliki konten-konten berupa kalimat-kalimat motivasi baik dalam bentuk tulisan, gambar ataupun dalam bentuk video. Banyak akun-akun Instagram yang isi kontennya tentang motivasi seperti hello bagas, moodcewek dan masih banyak lagi.

Salah satu akun Instagram yang isi kontennya adalah tentang motivasi adalah akun Instagram @Evtessia akun ini berhasil membuat followersnya merasa lebih percaya diri. Masyarakat mulai mengenal akun Instagram @evtessia banyak yang menganggap postingan di akun tersebut berhubungan dengan

kehidupan sehari-hari dan meningkatkan rasa percaya diri. Alasan pengikut mengonsumsi materi menarik dan tingkat kepuasannya tidak dapat dipisahkan dari kehadiran dan kesuksesan akun @evtessia di Instagram.

Pengembangan diri adalah proses aktif untuk meningkatkan karakter, sifat, perilaku, dan kebiasaan seseorang. Tujuannya adalah untuk mengubah diri dari apa adanya menjadi versi yang lebih baik. Dalam intinya, pengembangan diri mengarahkan individu menuju perubahan positif dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Budi, 2022).

Secara keseluruhan, teori S-O-R berfokus pada bagaimana stimulus dari lingkungan, seperti konten media sosial, mempengaruhi organisme (pengguna), yang kemudian menghasilkan respons dalam bentuk perubahan sikap atau perilaku. Ini bermanfaat untuk memahami dampak media massa atau media sosial terhadap sikap dan perilaku individu (Siahaan & Astuti, 2024). Teori S-O-R menjelaskan bahwa stimulus dari lingkungan, seperti konten Instagram, mempengaruhi organisme (pengguna) dan menghasilkan respons berupa perubahan sikap atau perilaku.

Penelitian terdahulu yang relevan menunjukkan penggunaan metode kuantitatif dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penelitian oleh Ilham Dhava Ramadhan dan Oktaviana Purnamasari (2023) membahas "Pengaruh Konten Instagram Chatime Terhadap Keputusan Pembelian" dengan teknik sampling acak sederhana, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan purposive sampling. Objek yang diteliti juga berbeda, yaitu akun Instagram @Chatime dibandingkan dengan @Evtessia. Penelitian lain oleh Hana Ilhami dan Ratih Hasanah Sudrajat berjudul "Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @internship_ddbtelkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung" juga menggunakan metode kuesioner, namun terdapat perbedaan pada jumlah responden dan teori yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan teori Uses and Gratifications, sedangkan penelitian ini menggunakan teori S-O-R. Objek yang diteliti dalam penelitian tersebut adalah akun Instagram @internship_ddbtelkom, sementara penelitian ini berfokus pada akun @Evtessia. Konten Instagram @evtessia berfungsi sebagai stimulus yang mempengaruhi pengguna, yang kemudian merespons dengan perubahan sikap pengembangan diri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten instagram @evtessia terhadap sikap pengembangan diri followers

LANDASAN TEORI

Teori S-O-R

Teori Stimulus-Response (S-R) yang diperkenalkan oleh Thorndike pada tahun 1928 adalah dasar dari teori perilaku psikologis. Teori ini menyatakan bahwa pembelajaran terjadi dari asosiasi antara stimulus (rangsangan) dan respons (tanggapan). Kebiasaan individu dikuatkan atau dilemahkan oleh sifat dan frekuensi dari S-R yang diterima. Kemudian, Mehrabian dan Russell mengembangkan teori ini menjadi teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R), yang lebih fokus pada reaksi emosional individu terhadap stimulus (Siahaan & Astuti, 2024).

Dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi (Marlina et al., 2022) menjelaskan Model S-O-R (Stimulus-Organism-Response) dalam komunikasi sangat dipengaruhi oleh psikologi, terutama aliran behavioristik. Model ini menyatakan bahwa perubahan perilaku dipicu oleh kualitas stimulus (rangsangan) yang berinteraksi dengan organisme (penerima). Asumsi dasarnya adalah bahwa perilaku berubah tergantung pada kualitas stimulus yang diterima oleh organisme. Keberhasilan model S-O-R dalam komunikasi dipengaruhi oleh beberapa faktor: efektivitas penyampaian pesan oleh komunikator sangat penting untuk memastikan stimulus diterima oleh komunikan; media yang digunakan untuk menyampaikan pesan juga mempengaruhi efektivitas komunikasi; dan sifat serta karakteristik komunikan mempengaruhi bagaimana mereka menerima dan memproses stimulus.

Media Sosial

Menurut Suryandari (2021) Perkembangan media baru telah menjadi salah satu kekuatan terbesar dalam mempercepat globalisasi dunia dalam beberapa dekade terakhir. Platform internet dan media sosial telah mengubah cara individu terhubung dan berkomunikasi, mereka memungkinkan kita berkomunikasi dengan individu di seluruh dunia dengan lebih sederhana dan cepat dibandingkan sebelumnya.

Menurut Liedfray et al. (2022) Media sosial adalah sebuah platform daring di mana pengguna dapat aktif berpartisipasi, berbagi konten, dan berinteraksi dengan orang Media sosial memfasilitasi interaksi dan berbagi informasi melalui berbagai fitur seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan lingkungan virtual lainnya. Contoh platform yang sering digunakan termasuk blog pribadi, situs jejaring sosial seperti Facebook atau Instagram, dan platform kolaboratif seperti Wikipedia. Instagram, sebagai platform media sosial, menawarkan penggunaanya kemampuan untuk berinteraksi dan mengekspresikan diri melalui gambar dan video. Meskipun ada banyak aplikasi lain yang digunakan untuk berkomunikasi, Instagram memiliki daya tarik tersendiri karena

fokusnya pada konten visual. Pengguna dapat dengan mudah membuat dan membagikan konten visual seperti foto dan video pendek kepada pengikut mereka, yang kemudian dapat memberikan respons dalam bentuk like, love, atau komentar (Wibisono, 2021). Dalam buku "Buku Ajar Konten" Wahyuti (2023) menjelaskan Pesan atau konten digital adalah kumpulan informasi yang terdiri dari teks, gambar/foto, video, audio, atau kombinasi dari semua itu. Konten ini dapat diakses dan disebarluaskan menggunakan berbagai perangkat seperti komputer, tablet, laptop, dan smartphone. Berbagai jenis pesan atau konten ini memberikan fleksibilitas yang besar dalam cara kita menyampaikan dan menerima informasi serta cerita dalam kehidupan sehari-hari. Ini juga mempengaruhi cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dalam era digital yang semakin maju.

Gunelius (2011) mengemukakan bahwa ada beberapa kriteria untuk menilai konten di media sosial:

1. Relevansi konten: Konten harus sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens.
2. Mudah Dipahami: Konten harus disusun dengan jelas sehingga mudah dipahami.
3. Originalitas konten: Konten harus asli dan berasal dari sumber yang dapat dipercaya.
4. Kredibilitas konten: Konten harus mengandung informasi yang dapat dipercaya dan relevan dengan situasi yang sedang berlangsung.
5. Konsistensi konten: Penting untuk mempertahankan frekuensi publikasi konten secara konsisten untuk mempertahankan minat dan keterlibatan audiens.
6. Daya tarik informasi: Konten harus menarik perhatian dan mengundang audiens untuk mengikuti dan membacanya.

Sikap

Dalam bukunya "Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya", Saifuddin (2022) menjelaskan bahwa sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk merespons secara konsisten terhadap suatu objek, orang, kelompok, atau situasi, baik secara positif maupun negatif. Sikap ini terdiri dari tiga komponen utama yang saling terkait:

1. Komponen Kognitif: Bagian ini mencakup pengetahuan, keyakinan, dan pemikiran individu terhadap objek sikap.
2. Komponen Afektif: Komponen ini melibatkan perasaan atau emosi terkait dengan objek sikap.
3. Komponen Konatif: Bagian ini berkaitan dengan kecenderungan untuk bertindak atau berperilaku tertentu terhadap objek sikap.

Saifuddin (2022) juga membahas bagaimana sikap mempengaruhi cara individu menilai dan menafsirkan dunia sekitarnya, serta bagaimana sikap membantu dalam menyesuaikan diri dan mengambil keputusan. Proses pembentukan sikap melibatkan pengalaman langsung dengan objek, pengaruh sosial

dari keluarga, teman, dan media, serta proses berpikir dan penilaian kritis. Menurut Nuragustin (2021) Pengembangan diri merupakan suatu proses yang bertujuan untuk mengoptimalkan serta mengaktifkan potensi yang ada di dalam diri seseorang. Proses ini dilakukan dengan menggunakan berbagai sarana yang mendukung untuk mengembangkan bakat dan kemampuan individu. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup dan mencapai impian yang diinginkan melalui penggalian serta pemanfaatan potensi-potensi yang dimiliki.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, yang menekankan pada pengukuran objektif dan pengujian hipotesis dengan data kuantitatif. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan sebab-akibat antara konten media sosial dan perubahan sikap pengembangan diri para pengikut akun Instagram @Evtessia. Dengan pendekatan ini, penelitian berfokus pada pengumpulan data empiris melalui observasi dan pengukuran yang sistematis, yang kemudian dianalisis untuk menemukan pola-pola hubungan antara variabel yang diteliti (Rakhmawati, 2019).

Dalam desain penelitian, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur secara objektif sikap responden terhadap konten yang disajikan oleh akun Instagram @Evtessia. Instrumen survei yang valid dan reliabel digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat diandalkan. Analisis statistik dilakukan guna mengidentifikasi dan menguji hubungan antara konten dengan sikap pengembangan diri, dengan tujuan memperoleh hasil yang akurat dan dapat digeneralisasikan (Nurlan, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengikut akun Instagram @Evtessia, yang pada tanggal 29 Mei 2024 tercatat berjumlah 418.000 orang. Mengingat jumlah populasi yang besar, peneliti menggunakan rumus Yamane untuk menentukan ukuran sampel yang representatif. Dengan tingkat kesalahan 10%, sampel yang diperlukan adalah sebanyak 100 responden. Sampel dipilih menggunakan purposive sampling, yaitu teknik nonprobability yang memungkinkan peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut mencakup follower akun Instagram @Evtessia, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, serta berusia antara 15 hingga 35 tahun (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini memastikan bahwa sampel yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat memberikan data yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut.

Definisi operasional menjelaskan bagaimana suatu variabel diukur secara konkret. Menurut Arikunto (2014), definisi operasional adalah panduan praktis

yang merinci langkah-langkah yang diperlukan untuk mengukur variabel tertentu, memberikan makna yang jelas dari definisi konseptual. Variabel independen dalam penelitian ini adalah konten Instagram @Evtessia, sedangkan variabel dependen adalah sikap pengikut terhadap pengembangan diri. Konten diukur melalui berbagai dimensi seperti relevansi, kemudahan dipahami, orisinalitas, kredibilitas, dan konsistensi, sementara sikap pengembangan diri diukur melalui aspek kognitif, afektif, dan konatif menggunakan skala Likert.

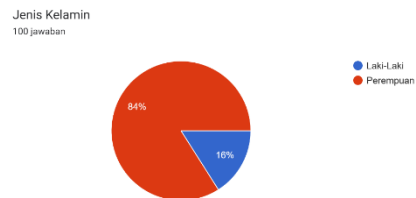
Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada pengikut akun Instagram @Evtessia melalui Google Form, di mana data primer diperoleh langsung dari responden. Data sekunder berasal dari literatur dan pengamatan terhadap akun tersebut. Pengolahan data dilakukan melalui metode statistik, termasuk uji validitas dan reliabilitas, di mana hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar pertanyaan valid dan reliabel. Selanjutnya, uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo, dan analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap Y.

Penelitian ini juga menggunakan analisis korelasi untuk menilai kekuatan hubungan antara variabel, dengan uji koefisien korelasi yang menunjukkan hubungan signifikan antara konten Instagram dan sikap pengembangan diri. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam sikap pengembangan diri yang dapat dijelaskan oleh konten Instagram. Akhirnya, uji hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak, berdasarkan hasil analisis statistik yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

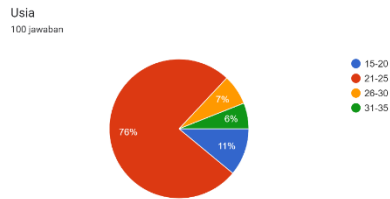
1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin



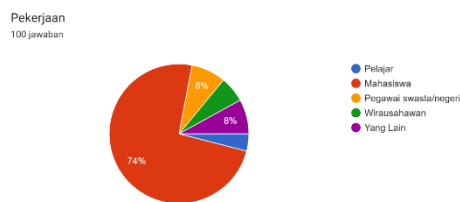
Dalam penelitian ini, mayoritas responden adalah perempuan, mencapai 84%, sedangkan laki-laki hanya 16%. Dari total 100 responden, 84 adalah perempuan dan 16 adalah laki-laki, menunjukkan dominasi perempuan dalam memberikan respons pada penelitian ini. Lebih banyak perempuan sebagai followers @Evtessia yang mengisi kuesioner ini dibandingkan laki-laki.

b. Usia



Sebagian besar pengikut akun @Evtessia berada dalam rentang usia 21-25 tahun, mencakup 76% dari seluruh responden. Diikuti oleh kelompok usia 15-20 tahun dengan 11%, usia 26-30 tahun dengan 7%, dan usia 31-35 tahun dengan 6%.

c. Pekerjaan



Mahasiswa memiliki persentase tertinggi sebesar 74%, disusul oleh pegawai swasta/negeri dan juga yang lain dengan presentase sama-sama sebesar 8%, kemudian dilanjut dengan presentase wirausahawan sebesar 6%, terakhir adalah pelajar dengan presentase 4%. Mayoritas followers @Evtessia yang mengisi kuesioner adalah mahasiswa.

2. Pengaruh Konten Instagram @Evtessia Terhadap Sikap Pengembangan Diri

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel IV.1

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.641	2.419		4.399	.000
	X	.587	.059	.709	9.943	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS 25

Model regresi memiliki intercept (konstanta) sebesar 10.641, yang menunjukkan nilai Y ketika variabel independen X sama dengan nol. Koefisien unstandardized untuk X adalah 0.587, yang berarti setiap peningkatan satu unit pada X akan meningkatkan nilai Y sebesar 0.587, dengan pengaruh yang signifikan ($t = 9.943, p < 0.001$). Nilai Beta standar (standardized coefficient) untuk X adalah 0.709, menunjukkan bahwa X memiliki pengaruh yang kuat terhadap Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel independen X

berkontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen Y dalam model ini.

b. Uji Koefisien Korelasi

Tabel IV.2

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Konten Instagram	Sikap
Konten Instagram	Pearson Correlation	1	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Sikap	Pearson Correlation	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olahan peneliti Menggunakan SPSS 25

Nilai korelasi sebesar ($r = 0,709$). Nilai korelasi ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel konten Instagram dengan sikap pengikut, karena nilai tersebut berada dalam rentang interpretasi 0,600-0,799. Ini mengindikasikan bahwa konten Instagram memiliki hubungan yang kuat dengan sikap pengembangan diri pengikut.

c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel IV.3

Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.502	.497	2.360

a. Predictors: (Constant), Konten Instagram

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS 25
Konten Instagram @Evtessia berkontribusi R Square sebesar 50,2% terhadap variasi sikap pengembangan diri. Sisanya, sebesar 49,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

d. Uji Hipotesis

Tabel IV.4

Hasil Uji

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.641	2.419		4.399	.000
	X	.587	.059	.709	9.943	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS 25

Hasil uji T yang dilaporkan, nilai t hitung adalah 9.943, sedangkan nilai t tabel untuk signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) 98 adalah 1.984. Dengan nilai t hitung yang signifikan secara statistik lebih besar dari nilai t tabel, hipotesis nol (H_0) dapat ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa konten Instagram @Evtessia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pengikut dalam pengembangan diri. Selain itu, nilai signifikansi (sig) sebesar 0.000 menunjukkan bahwa pengaruh ini sangat signifikan secara statistik (sig < 0.05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konten Instagram sebagai variabel independen (X) dengan sikap pengembangan diri sebagai variabel dependen (Y), berdasarkan hasil analisis koefisien dan signifikansi yang tertera dalam laporan tersebut.

Penelitian ini mengkaji pengaruh konten Instagram yang diposting oleh akun @Evtessia terhadap sikap pengembangan diri pengikutnya dengan menggunakan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Teori S-O-R menjelaskan bahwa perubahan sikap terjadi melalui proses belajar ketika seseorang terpapar oleh stimulus eksternal, seperti konten media sosial. Dalam konteks ini, konten Instagram berperan sebagai stimulus (X) yang diharapkan memengaruhi sikap pengembangan diri (Y) pengikutnya. Variabel independen (konten Instagram) diukur melalui enam indikator, seperti relevansi, kemudahan pemahaman, dan kredibilitas, sedangkan variabel dependen (sikap pengembangan diri) diukur melalui dimensi kognitif, afektif, dan konatif.

Penelitian ini melibatkan 100 responden, mayoritas perempuan (84%), berusia antara 21-25 tahun (76%), dan sebagian besar mahasiswa (74%). Instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan 23 pertanyaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap konten Instagram (rata-rata skor 397,9) dan sikap pengembangan diri (rata-rata skor 345,8). Dimensi kemudahan pemahaman dari variabel konten memiliki skor tertinggi, sedangkan kredibilitas konten perlu ditingkatkan.

Melalui uji regresi linear sederhana, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,587, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam kualitas konten berhubungan dengan peningkatan sikap pengembangan diri. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa konten Instagram @Evtessia memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pengembangan diri pengikutnya, mendukung teori S-O-R yang menyatakan bahwa stimulus eksternal, seperti konten media sosial, dapat memengaruhi sikap dan perilaku individu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konten Instagram @Evtessia berpengaruh signifikan terhadap sikap pengembangan diri pengikutnya. Nilai koefisien regresi sebesar 0,587 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas konten akan menghasilkan peningkatan sikap pengembangan diri. Hubungan yang kuat antara konten Instagram dan sikap pengembangan diri ditunjukkan oleh nilai korelasi sebesar $r = 0,709$, serta kontribusi konten Instagram terhadap variasi sikap pengembangan diri sebesar 50,2%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji T yang signifikan menegaskan bahwa konten Instagram memiliki pengaruh yang nyata dalam membentuk sikap pengikut terkait pengembangan diri.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar akun @Evtessia meningkatkan kredibilitas konten dengan menambahkan referensi yang dapat diverifikasi, serta mendiversifikasi konten agar lebih inspiratif dan mendukung secara emosional. Selain itu, interaksi yang lebih aktif dengan pengikut, seperti melalui komentar, pesan langsung, atau sesi live, akan membantu membangun hubungan yang lebih personal dan komunitas yang lebih kuat. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi teori lain, seperti uses and gratification, atau menggunakan indikator yang berbeda dalam mengukur pengaruh konten. Penelitian kualitatif, seperti wawancara atau studi kasus, juga direkomendasikan untuk menggali dampak konten secara lebih mendalam pada tingkat individual.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi 2014). Rineka Cipta.
- Budi, H. I. S. (2022). *Pengembangan Diri*.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business*. McGraw-Hill.
- Ilhami, H., & Sudrajat, R. H. (2024). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @internship_ddbtelkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung*.
- Inayah, T. N., & Harianto, F. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Kegiatan Yayasan Jambrud Biru*.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Marlina, M. D., Eri, Y., & Arvianti, S. P. (2022). *Ilmu Komunikasi*. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Nuragustin, P. (2021). *Pengembangan Modul*

- Pembuatan Ecobrick Sampah Plastik Sebagai Sarana Pengembangan Diri Berbasis Ecopreneurship Di Sma Kelas X.*
- Nur, E. (2021). *Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online.*
- Nurlan, F. (2019). *Buku Ajar metode Penelitian Kuantitatif.* CV. Pilar Nusantara.
- Rakhmawati, Y. (2019). *Buku Ajar Metode Penelitian Komunikasi.* CV. Putra Media Nusantara (PMN), 2019.
- Ramadhan, I. D., & Purnamasari, O. (2023). *Pengaruh Konten Instagram Chatime Terhadap Keputusan Pembelian.*
- Safriana, S., & Samatan, N. (2021). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi*
- Saifuddin, A. (2022). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya.* Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Sani, M., & Farid. (2023). *Analisa Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kesesuaian Citra Diri Followers Akun Instagram @rahasiagadis.*
- Siahaan, M. R., & Astuti, R. D. (2024). *Anteseden Loyalitas Konsumen Pengguna Jamsostek Mobile Application (JMO) Terhadap Persepsi Citra Merek, kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan: Aplikasi Teori Sor.*
- Suryandari, N. (2021). *New Media Dan Komunikasi Antarbudaya: (Kajian Dampak New Media Pada Komunikasi Antarbudaya Dalam Konteks Global).*
- Sugiyono. (2019). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”* (Kedua). Alfabeta.
- Utami, A. H. (2021). *Media Baru Dan Anak Muda: Perubahan bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga.*
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital Pt. Rekacipta Proxy Media.*
- Wibisono, D. (2021). *Pengaruh penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi Pada Mahasiswa di Lingkungan Fisip Unila).*