

---

## Pengaruh Konten Video Tiktok @Gejapramono Terhadap Minat Pemahaman Sejarah Kedaerahan Generasi Z (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Tiktok @Gejapramono)

Adria Farhan Arnalda<sup>1)</sup>, Achmad Hufad<sup>2)</sup>, Wina Nurhayati Praja<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, FPIPS, Universitas Pendidikan Indonesia

\*Penulis Koresponden: Adria Farhan Arnalda

Email : [adriafar15@upi.edu](mailto:adriafar15@upi.edu)

[achmadhufad@upi.edu](mailto:achmadhufad@upi.edu)

[winapraja@upi.edu](mailto:winapraja@upi.edu)

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten video edukasi sejarah dari akun TikTok @gejapramono terhadap minat Generasi Z dalam memahami sejarah kedaerahan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi edukatif di kalangan generasi muda yang lahir dan tumbuh di era digital. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 400 responden yang dipilih secara purposive. Teori yang digunakan adalah Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara paparan konten sejarah dengan minat belajar ( $R^2 = 0,145$ ). Analisis regresi linier berganda juga mengindikasikan bahwa indikator frekuensi, atensi, dan durasi konten secara simultan memiliki pengaruh yang lebih kuat ( $R^2 = 0,323$ ). Temuan ini menegaskan bahwa konten edukatif berbasis media sosial, khususnya TikTok, berpotensi menjadi media pembelajaran yang relevan dan efektif bagi Generasi Z.

**Kata kunci:** TikTok, edukasi sejarah, Generasi Z, minat belajar, media digital, teori S-O-R

### Abstract

This study investigates the influence of historical educational video content from the TikTok account @gejapramono on Generation Z's interest in understanding local history. Against the backdrop of increasing social media usage as an educational resource among digital-native youth, this research adopts a quantitative approach utilizing a survey method. Data were collected from 400 purposively selected respondents and analyzed using the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theoretical framework. The findings reveal a significant positive relationship between historical content exposure and learning interest ( $R^2 = 0.145$ ), while multiple regression analysis indicates that frequency, attention, and content duration jointly exert a stronger influence ( $R^2 = 0.323$ ). These results highlight the potential of social media-based educational content, particularly on TikTok, to foster historical awareness and learning engagement among Generation Z.

**Keywords:** TikTok, historical education, Generation Z, learning motivation, digital media, S-O-R theory

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam pola interaksi sosial, termasuk dalam cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Salah satu dampak paling nyata dari perkembangan ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan generasi muda. Laporan *We Are Social* (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 185 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet, dengan sebagian besar pengguna aktif berada pada rentang usia 16–24 tahun. Platform media sosial seperti TikTok dan Instagram kini menjadi sarana populer untuk memperoleh informasi sekaligus hiburan.

Media sosial, sebagai salah satu bentuk *new media*, memiliki karakteristik digitalisasi, interaktivitas, konvergensi, dan jaringan yang luas (McQuail, 2010). Dengan kemampuannya menyampaikan pesan dalam berbagai format seperti teks, gambar, dan video, media sosial

membuka peluang besar dalam penyampaian konten edukatif. Dalam konteks pendidikan, media sosial mulai banyak dimanfaatkan sebagai media pembelajaran nonformal yang fleksibel, kolaboratif, dan mendukung akses terbuka terhadap pengetahuan (Watie, 2011). TikTok, yang awalnya populer sebagai platform hiburan, kini juga digunakan oleh pendidik dan kreator konten untuk menyampaikan materi edukasi, termasuk sejarah, melalui format video singkat yang sesuai dengan karakteristik generasi muda.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010, merupakan generasi “*digital natives*” (Tapscott, 2009) yang sangat akrab dengan teknologi sejak dini. Mereka memiliki karakteristik cepat, multitasking, visual, dan menyukai pembelajaran yang interaktif (Prensky, 2001). Kehadiran media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka, baik untuk berkomunikasi, bersosialisasi, maupun mencari informasi. Penelitian Putra dan Rachmawati (2019) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang sesuai dengan minat dan gaya belajar Generasi Z dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan belajar secara signifikan. Oleh karena itu, strategi penyampaian materi sejarah perlu disesuaikan dengan preferensi digital generasi ini agar mampu meningkatkan partisipasi dan pemahaman.

Namun, tantangan besar muncul dalam pembelajaran sejarah. Mata pelajaran ini sering dianggap kuno, membosankan, dan kurang relevan (Wardaya, 2009). Data penurunan kunjungan ke museum, seperti di Museum Ranggawarsita Semarang (Semarangpos.com, 2024), menjadi indikasi rendahnya minat generasi muda terhadap sejarah, khususnya sejarah lokal. Noviana (2012) menambahkan bahwa metode pembelajaran sejarah yang terlalu tekstual dan naratif cenderung menurunkan partisipasi aktif siswa. Untuk mengatasi hal ini, pendekatan kreatif diperlukan, misalnya dengan mengemas sejarah dalam format visual, naratif, dan relevan dengan konteks saat ini.

Salah satu contoh signifikan adalah akun TikTok @gejapramono, yang menyajikan konten edukatif sejarah kedaerahan secara visual, ringan, dan komunikatif. Geja Pramono memanfaatkan *storytelling* berbasis lokasi dan budaya yang relevan sehingga mampu menarik perhatian pengikutnya serta memicu ketertarikan terhadap sejarah. Fenomena ini sejalan dengan teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) oleh Mehrabian dan Russell (1974), di mana stimulus berupa konten visual edukatif memengaruhi kondisi internal individu (*organism*) dalam bentuk atensi dan minat, yang kemudian memicu respons perilaku seperti peningkatan pemahaman atau keterlibatan belajar.

Berdasarkan kerangka teori S-O-R, konten video sejarah di TikTok dapat dipandang sebagai stimulus yang direspons oleh Generasi Z melalui peningkatan minat belajar sejarah. Proses ini terjadi ketika stimulus visual yang menarik dan relevan mengaktifkan perhatian serta keterlibatan emosional audiens, sehingga memicu respons berupa keinginan untuk mempelajari lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten edukasi sejarah dari akun TikTok @gejapramono terhadap minat pemahaman sejarah kedaerahan Generasi Z. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan media pembelajaran sejarah yang lebih kontekstual, sekaligus memperkaya kajian komunikasi digital di bidang pendidikan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk mengukur pengaruh antarvariabel secara objektif dan terstruktur melalui data numerik yang dianalisis secara statistik (Creswell, 2014). Survei deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi, hubungan, serta pengaruh antara variabel paparan konten edukasi sejarah TikTok dan minat pemahaman sejarah kedaerahan Generasi Z secara sistematis.

Metode survei memungkinkan peneliti memperoleh data primer langsung dari responden dalam skala besar melalui instrumen kuesioner yang terstandarisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas dan terikat menggunakan pendekatan korelasional dan regresi. Sejalan dengan pendapat Neuman (2014), desain seperti ini cocok digunakan dalam studi komunikasi massa, terutama untuk melihat dampak stimulus media terhadap perilaku atau sikap audiens.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Indonesia, khususnya mereka yang menjadi pengikut aktif akun TikTok @gejapramono dan berusia antara 15 hingga 27 tahun. Populasi ini dianggap relevan karena kelompok usia tersebut merupakan pengguna dominan TikTok dan memiliki karakteristik pembelajar digital. Berdasarkan kriteria ini, pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penarikan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017).

Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 400 responden, dengan acuan perhitungan dari rumus Slovin (Umar, 2008), menggunakan tingkat kesalahan 5%. Kriteria inklusi dalam pemilihan sampel meliputi: (1) Berusia 15–27 tahun; (2) Mengikuti akun @gejapramono di TikTok atau Instagram; (3) Pernah menonton minimal tiga konten video edukasi sejarah dari akun tersebut. Dengan kriteria tersebut, data yang diperoleh dapat merepresentasikan keterpaparan konten serta potensi pengaruhnya terhadap minat belajar sejarah.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring (online) yang dibuat menggunakan Google Form dan juga secara langsung. Instrumen disusun berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel yang diteliti. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah paparan konten TikTok yang diukur melalui indikator frekuensi, atensi, dan durasi (Widyatama & Yuliana, 2019), sementara variabel terikat adalah minat pemahaman sejarah kedaerahan yang dikonstruksi dari aspek kognitif, afektif, dan konatif (Slameto, 2010).

Setiap item dalam kuesioner menggunakan skala Likert 4 poin (1 = sangat tidak setuju, 4 = sangat setuju), yang memudahkan dalam mengukur intensitas sikap atau persepsi responden terhadap konten edukatif sejarah. Untuk menjamin validitas isi, kuesioner telah dilakukan uji coba kepada 30 responden untuk memastikan kejelasan item dan reliabilitas instrumen.

Validitas empiris diuji menggunakan korelasi Pearson Product-Moment, dan reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item valid secara statistik dan reliabel dengan nilai alpha sebesar 0,872, yang berada di atas ambang batas  $\geq 0,7$  seperti dikemukakan Ghozali (2016), sehingga instrumen dinilai layak untuk digunakan dalam pengumpulan data skala besar.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Analisis diawali dengan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov–Smirnov), multikolinearitas (tolerance dan VIF), dan heteroskedastisitas (scatterplot). Tujuan uji asumsi ini adalah memastikan bahwa data memenuhi persyaratan regresi linier klasik, sebagaimana disarankan oleh Ghozali (2016).

Setelah lolos uji asumsi, dilakukan uji korelasi Spearman Rho untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Korelasi ini dipilih karena data bersifat ordinal dan tidak semua distribusinya normal. Kemudian dilakukan uji regresi linier sederhana untuk mengukur pengaruh langsung variabel paparan konten terhadap minat sejarah, serta regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan tiga indikator paparan (frekuensi, atensi, durasi) terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Interpretasi hasil analisis dilakukan dengan mengacu pada teori Stimulus-Organism-Response (Mehrabian & Russell, 1974), guna memahami bagaimana stimulus berupa konten video edukatif dapat mempengaruhi kondisi psikologis internal dan membentuk perilaku belajar sejarah Generasi Z. Analisis ini mendukung pengujian hipotesis yang dirumuskan secara kuantitatif dalam penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konten edukasi sejarah dari akun TikTok @gejapramono mempengaruhi minat pemahaman sejarah kedaerahan pada Generasi Z. Hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara paparan konten TikTok dan minat belajar sejarah. Koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,381 menunjukkan adanya hubungan positif tingkat sedang, sementara nilai  $R^2$  sebesar 0,145 menandakan bahwa 14,5% variasi minat belajar sejarah dapat dijelaskan oleh paparan terhadap konten edukasi sejarah. Sisanya, sebesar 85,5%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian, seperti lingkungan keluarga, sistem pendidikan, atau motivasi intrinsik individu.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruhnya secara statistik tidak dominan, konten edukasi sejarah di TikTok tetap memiliki kontribusi nyata terhadap minat belajar sejarah. Hal ini selaras dengan peran media sosial sebagai informal learning space (Ahn, 2011) yang mampu melengkapi proses pembelajaran formal, terutama dalam membangkitkan ketertarikan awal terhadap topik tertentu. Dalam konteks Generasi Z, yang lebih menyukai pembelajaran berbasis visual, cepat, dan interaktif, konten edukatif seperti milik @gejapramono menjadi relevan dan efektif untuk menstimulasi rasa ingin tahu terhadap sejarah.

Lebih lanjut, analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh simultan dari tiga indikator paparan konten, yaitu frekuensi menonton, tingkat atensi, dan durasi waktu menonton. Hasilnya menunjukkan nilai  $R = 0,568$  dan  $R^2 = 0,323$ , yang berarti bahwa 32,3% variasi dalam minat belajar sejarah dapat dijelaskan oleh kombinasi ketiga indikator tersebut. Ini mengindikasikan bahwa paparan konten TikTok memiliki pengaruh yang lebih kuat secara kolektif dibandingkan secara tunggal. Namun, dari uji  $t$  parsial diketahui bahwa hanya indikator frekuensi ( $p = 0,005$ ) dan atensi ( $p = 0,000$ ) yang memiliki pengaruh signifikan, sedangkan durasi tidak signifikan ( $p = 0,610$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa intensitas dan kedalaman perhatian audiens terhadap konten jauh lebih penting dibandingkan lamanya durasi konten.

Implikasi dari hasil ini sangat relevan dengan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) yang menjadi landasan teoritis dalam penelitian ini. Dalam kerangka S-O-R, stimulus berupa konten edukasi sejarah mempengaruhi organisme yakni kondisi psikologis seperti perhatian, ketertarikan, dan persepsi yang pada akhirnya menimbulkan respons berupa perilaku belajar, keterlibatan kognitif, atau keinginan mencari informasi lebih lanjut. Frekuensi dan atensi sebagai bentuk stimulus kognitif tampak lebih efektif dalam memicu minat dibandingkan sekadar durasi, yang sering kali tidak menjamin keterlibatan aktif audiens. Hal ini konsisten dengan pendapat Hawkins et al. (2001) yang menyebut bahwa atensi aktif lebih mempengaruhi pemrosesan informasi dibandingkan eksposur pasif.

Dari uji korelasi Spearman Rho, diketahui bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara paparan konten TikTok dan minat sejarah, dengan nilai koefisien korelasi  $r_s = 0,290$  ( $p < 0,05$ ). Meskipun korelasinya tergolong lemah, temuan ini tetap menunjukkan bahwa media sosial memiliki kapasitas untuk membentuk minat belajar sejarah, terutama bila digunakan secara konsisten dan dikemas dengan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan gaya belajar generasi muda. Dalam hal ini, @gejapramono berhasil membuktikan bahwa sejarah tidak harus disampaikan dalam format kaku, melainkan bisa dibawakan secara ringan, kontekstual, dan relatable.

Pembahasan ini juga perlu dilihat dalam konteks lebih luas: yaitu bagaimana perubahan paradigma pembelajaran mendorong integrasi teknologi dan media sosial ke dalam sistem pendidikan. Generasi Z menuntut pengalaman belajar yang cepat, menarik, dan bermakna, serta mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama (Tapscott, 2009). Oleh karena itu, pendekatan pembelajaran sejarah yang konvensional perlu dilengkapi bahkan ditransformasikan agar mampu bersaing dengan daya tarik konten digital lainnya. TikTok sebagai media pendek

dengan narasi visual yang kuat terbukti mampu menjangkau audiens yang selama ini sulit dijangkau oleh buku teks atau ceramah kelas.

Sebagai penutup pembahasan, penting untuk menegaskan bahwa meskipun konten edukatif di media sosial tidak serta-merta menggantikan peran institusi pendidikan formal, ia memiliki potensi besar sebagai penguat (reinforcement) dalam proses belajar. Penelitian ini menjadi bukti empiris bahwa pendekatan visual dan digital berbasis media sosial mampu mengubah persepsi dan sikap terhadap sejarah, serta membuka ruang baru dalam pengembangan strategi pembelajaran yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan karakteristik generasi digital.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten edukasi sejarah dari akun TikTok @gejapramono memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pemahaman sejarah kedaerahan pada Generasi Z. Melalui analisis regresi linier sederhana, ditemukan bahwa sebesar 14,5% variasi dalam minat sejarah dapat dijelaskan oleh paparan terhadap konten edukatif tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, mampu berfungsi sebagai alternatif media edukatif yang relevan bagi generasi digital. Lebih lanjut, melalui regresi linier berganda, ditemukan bahwa kombinasi indikator frekuensi, atensi, dan durasi secara simultan mempengaruhi minat sejarah dengan kontribusi sebesar 32,3%. Namun secara parsial, hanya frekuensi dan atensi yang memberikan pengaruh signifikan, sedangkan durasi tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas perhatian dan intensitas paparan lebih menentukan dibandingkan lamanya durasi menonton konten.

Temuan ini memperkuat relevansi teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R), dimana konten visual sejarah berperan sebagai stimulus yang mempengaruhi kondisi psikologis (organism) berupa minat, perhatian, dan emosi, serta menghasilkan respons berupa ketertarikan terhadap pembelajaran sejarah. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyampaian sejarah secara visual dan komunikatif melalui media sosial dapat membangkitkan kembali minat Generasi Z terhadap materi sejarah, terutama sejarah kedaerahan yang sebelumnya dianggap membosankan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas cakupan variabel, termasuk faktor-faktor seperti kredibilitas sumber, kualitas produksi konten, dan motivasi intrinsik pengguna. Penelitian lanjutan juga dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai pengalaman subjektif dan persepsi pengguna terhadap konten edukatif sejarah di media sosial.

## REFERENSI

- Ahn, J. (2011). The effect of social network sites on adolescents' social and academic development. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(8), 1435–1445.
- Codrington, G. (2008). *Mind the gap: Managing across generations*. Penguin.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson.
- Noviana, H. (2012). *Efektivitas Pembelajaran Sejarah dengan Pendekatan Kontekstual*. Universitas Negeri Semarang.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

- Putra, D. H., & Rachmawati, R. (2019). Peran media sosial dalam pembelajaran generasi Z. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 3(2), 110–118.
- Semarangpos.com. (2024, Mei 7). Data kunjungan Museum Ranggawarsita.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajagrafindo Persada.
- Wardaya, B. (2009). *Melawan lupa: Sejarah orang biasa*. Galangpress.
- Watie, E. (2011). Komunikasi dan media sosial. *The Messenger*, 3(2), 69–75.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://wearesocial.com>
- Widyatama, R., & Yuliana, S. (2019). Pengaruh durasi dan frekuensi menonton YouTube terhadap minat belajar siswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 3(1), 22–30.
- Widyatama, R., & Yuliana, S. (2019). Pengaruh durasi dan frekuensi menonton YouTube terhadap minat belajar siswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 3(1), 22–30.