

ABSTRAK

Rendahnya motivasi belajar berdampak negatif pada prestasi akademik dan pengembangan diri Generasi Z. TikTok melalui *influencer* edukatif seperti Xaviera Putri berpotensi menjadi media alternatif pembelajaran, namun penelitian mengenai pengaruh kredibilitas dan gaya komunikasi *influencer* terhadap motivasi belajar masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan Gaya Komunikasi, baik secara parsial maupun simultan, terhadap Motivasi Belajar pengikut akun TikTok Xaviera Putri menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kredibilitas *Influencer* dan Gaya Komunikasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Belajar dengan kontribusi sebesar 48,02%. Secara parsial, Kredibilitas *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan ($t = 2,032$; Sig. = 0,045), sedangkan Gaya Komunikasi memberikan pengaruh yang lebih dominan ($t = 4,718$; Sig. = 0,000). Temuan penelitian menunjukkan bahwa Gaya Komunikasi merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan Kredibilitas *Influencer* dalam meningkatkan Motivasi Belajar pengikut akun TikTok Xaviera Putri.

Kata Kunci: Motivasi Belajar, TikTok, Xaviera Putri

ABSTRACT

Low learning motivation negatively affects the academic achievement and personal development of Generation Z. TikTok, through educational influencers such as Xaviera Putri, has the potential to serve as an alternative learning platform. However, studies examining the influence of influencer credibility and communication style on learning motivation remain limited. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of Influencer Credibility and Communication Style on the Learning Motivation of Xaviera Putri's TikTok followers using a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The results show that Influencer Credibility and Communication Style simultaneously have a positive and significant effect on Learning Motivation, contributing 48.02% of the variance. Partially, Influencer Credibility has a positive and significant effect ($t = 2.032$; $\text{Sig.} = 0.045$), while Communication Style has a stronger effect ($t = 4.718$; $\text{Sig.} = 0.000$). The findings indicate that Communication Style is a more dominant factor than Influencer Credibility in enhancing the Learning Motivation of Xaviera Putri's TikTok followers.

Keywords: *Learning Motivation, TikTok, Xaviera Putri*