

Pengaruh Video Motivasi Berbasis Figur Inspiratif terhadap Academic Self-Confidence pada Mahasiswa

Jahrotu Hilwani¹, Antasena Agung S. J², Alike Syifa Luthfiah Ail³, Damiano Galih Nugroho⁴

Universitas Al Azhar Indonesia, Indonesia

Jahrotuhilwani@gmail.com¹, antasenaagung10@gmail.com², syifaail80@gmail.com³, damiangn05@gmail.com⁴

Submitted: 28th June 2026 | **Edited:** 28th August 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Hilwani, J., Agung S. J, A., Ail, A. S. L., & Nugroho, D. G. (2026). Pengaruh Video Motivasi Berbasis Figur Inspiratif terhadap Academic Self-Confidence pada Mahasiswa. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(3), 1289-1300.

ABSTRACT

Academic self-confidence plays an important role in students' academic achievement, learning motivation, and classroom engagement. Although previous studies have widely examined instructional videos as learning media, empirical evidence regarding the effectiveness of inspirational figure-based motivational videos as a psychological intervention to enhance academic self-confidence remains limited, particularly within Indonesian higher education. This study aimed to investigate the effect of inspirational figure-based motivational videos on students' academic self-confidence. A quantitative experimental approach employing a pretest-posttest control group design was conducted with 30 undergraduate students who were randomly assigned to an experimental group ($n = 15$) and a control group ($n = 15$). Academic self-confidence was assessed using the Academic Confidence Scale (ACS), and the data were analyzed using paired-sample and independent-sample t-tests. The findings revealed a significant improvement in academic self-confidence among students who received the motivational video intervention ($t = -3.70$, $p = .002$), whereas no significant change was observed in the control group ($t = -0.550$, $p = .591$). Furthermore, the experimental group achieved significantly higher posttest scores than the control group ($t = 2.32$, $p = .028$). These findings indicate that inspirational figure-based motivational videos can serve as an effective digital intervention for strengthening students' academic self-confidence in higher education.

Keywords: Academic Self-Confidence, Motivational Video, Inspirational Figures, Experimental Design, University Students

PENDAHULUAN

Keberhasilan mahasiswa dalam pendidikan tinggi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan kognitif, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang mendukung proses belajar, salah satunya adalah academic self-confidence. Academic self-confidence menggambarkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan berbagai tuntutan akademik, seperti memahami materi perkuliahan, mengerjakan tugas, berpartisipasi dalam diskusi, hingga menghadapi evaluasi pembelajaran (Sander & Sanders, 2003). Mahasiswa dengan tingkat academic self-confidence yang tinggi

cenderung memiliki motivasi belajar yang lebih baik, mampu mengatasi tekanan akademik, serta menunjukkan performa akademik yang lebih optimal dibandingkan mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri akademik yang rendah (Akbari & Sahibzada, 2020; Dewi & Rahman, 2024). Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Rahmadini dkk. (2024), Astri dan Ain (2024), serta Honicke dan Broadbent (2019) yang menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kemampuan akademik berkontribusi terhadap pencapaian akademik, keterlibatan belajar, dan persistensi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pemanfaatan media video sebagai salah satu strategi intervensi dalam dunia pendidikan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media video mampu meningkatkan motivasi belajar, keterlibatan mahasiswa, serta efektivitas proses pembelajaran karena mampu menghadirkan informasi secara visual dan emosional secara bersamaan (Awaliyah & Santoso, 2021; Sumardi et al., 2021; Kurniawati et al., 2024). Di sisi lain, penelitian internasional juga menunjukkan bahwa penyampaian pesan melalui media digital yang dikombinasikan dengan unsur naratif (digital storytelling) mampu meningkatkan keterlibatan psikologis, motivasi intrinsik, dan pembentukan keyakinan diri peserta didik (Robin, 2020; Yang & Wu, 2021). Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih menempatkan video sebagai media pembelajaran instruksional yang berorientasi pada peningkatan hasil belajar, sedangkan pemanfaatan video sebagai intervensi psikologis untuk memperkuat academic self-confidence masih relatif terbatas.

Secara teoritis, penggunaan video motivasi berbasis figur inspiratif dapat dijelaskan melalui Social Cognitive Theory yang dikemukakan oleh Bandura, khususnya mekanisme observational learning dan vicarious experience. Teori ini menjelaskan bahwa individu dapat membangun keyakinan terhadap kemampuannya melalui proses mengamati keberhasilan orang lain yang dianggap relevan dengan dirinya. Ketika mahasiswa menyaksikan figur inspiratif yang mampu mengatasi hambatan akademik melalui usaha, strategi, dan ketekunan, pengalaman tersebut dapat menjadi sumber pembelajaran tidak langsung yang memperkuat keyakinan bahwa mereka juga mampu mencapai keberhasilan serupa. Selain vicarious experience, penyampaian pesan motivasional yang dikemas dalam bentuk narasi visual juga berpotensi membangkitkan respons afektif positif sehingga meningkatkan kesiapan individu dalam menghadapi

tantangan akademik (Schunk & DiBenedetto, 2020; Kurnia et al., 2025). Dengan demikian, video motivasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana intervensi psikologis yang mendorong terbentuknya academic self-confidence melalui proses identifikasi terhadap figur inspiratif.

Meskipun hubungan antara academic self-confidence dengan prestasi akademik telah banyak dilaporkan, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan desain korelasional sehingga belum mampu menjelaskan hubungan sebab-akibat antara intervensi tertentu dengan perubahan tingkat academic self-confidence (Fitriyani & Anwar, 2024; Rahmadini et al., 2024). Penelitian mengenai media video juga masih didominasi oleh pengembangan video pembelajaran atau video instruksional yang berorientasi pada peningkatan hasil belajar, sementara penelitian yang secara khusus menguji efektivitas video motivasi berbasis figur inspiratif sebagai intervensi psikologis masih sangat terbatas, khususnya pada mahasiswa di Indonesia (Kurniawati et al., 2024; Robin, 2020). Selain itu, sebagian besar penelitian menggunakan instrumen kepercayaan diri umum sehingga kurang sensitif dalam mengukur perubahan keyakinan mahasiswa terhadap tugas-tugas akademik yang spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui penggunaan desain eksperimen dengan kelompok kontrol untuk menguji efektivitas video motivasi berbasis figur inspiratif terhadap perubahan academic self-confidence menggunakan Academic Confidence Scale (ACS) yang dikembangkan oleh Sander dan Sanders (2003), sehingga memberikan bukti empiris yang lebih kuat mengenai efektivitas intervensi tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh video motivasi berbasis figur inspiratif terhadap academic self-confidence mahasiswa melalui pendekatan eksperimen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian psikologi pendidikan, khususnya mengenai penerapan Social Cognitive Theory dalam intervensi berbasis media digital, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang program penguatan karakter dan kesehatan psikologis mahasiswa melalui media yang mudah diakses, menarik, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital.

LANDASAN TEORI

Academic self-confidence merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan berbagai aktivitas akademik yang menjadi tuntutan selama proses pembelajaran di perguruan tinggi. Konsep ini berbeda dengan kepercayaan diri secara umum karena berfokus pada kemampuan mahasiswa dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik, seperti memahami materi kuliah, mengerjakan tugas, berdiskusi, melakukan presentasi, serta menghadapi ujian (Sander & Sanders, 2003). Dalam perspektif Social Cognitive Theory, keyakinan terhadap kemampuan diri berkembang melalui interaksi timbal balik antara faktor personal, perilaku, dan lingkungan belajar. Teori tersebut menjelaskan bahwa individu membangun keyakinan terhadap kemampuannya melalui empat sumber utama, yaitu mastery experiences, vicarious experiences, verbal persuasion, serta physiological and emotional states (Usher & Pajares, 2023). Pada konteks pendidikan tinggi, mahasiswa yang memiliki academic self-confidence tinggi cenderung menunjukkan motivasi belajar yang lebih kuat, kemampuan regulasi diri yang lebih baik, serta ketahanan yang lebih tinggi dalam menghadapi tekanan akademik dibandingkan mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri akademik yang rendah (Fong et al., 2023; Komarraju & Nadler, 2021).

Salah satu sumber pembentukan academic self-confidence yang relevan dengan penelitian ini adalah vicarious experience, yaitu pengalaman belajar melalui pengamatan terhadap keberhasilan orang lain. Mahasiswa dapat meningkatkan keyakinan terhadap kemampuannya ketika menyaksikan individu lain yang memiliki karakteristik atau pengalaman serupa berhasil mengatasi berbagai tantangan akademik. Proses tersebut dikenal sebagai observational learning, yakni mekanisme belajar melalui pengamatan yang memungkinkan individu membentuk ekspektasi positif terhadap keberhasilan dirinya sendiri (Schunk & Usher, 2021). Dalam konteks media digital, penyajian figur inspiratif melalui narasi visual memungkinkan mahasiswa melakukan identifikasi terhadap tokoh yang ditampilkan sehingga memunculkan persepsi bahwa keberhasilan akademik merupakan sesuatu yang realistis untuk dicapai. Selain meningkatkan keyakinan diri, proses identifikasi tersebut juga berkontribusi terhadap peningkatan motivasi, harapan akademik, dan ketekunan dalam menyelesaikan tugas (Burnette et al., 2020; van Dinther et al., 2022).

Perkembangan teknologi pembelajaran telah memperluas fungsi media video, tidak hanya sebagai media penyampaian materi pembelajaran tetapi juga sebagai sarana intervensi psikologis. Video yang dikemas dalam bentuk narasi inspiratif mampu menghadirkan kombinasi rangsangan visual, auditori, dan emosional sehingga mempermudah mahasiswa memahami pesan sekaligus membangun keterlibatan afektif selama proses belajar. Dibandingkan media berbasis teks, video memiliki kemampuan yang lebih besar dalam membangkitkan perhatian, empati, dan refleksi diri sehingga dapat memperkuat keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya sendiri (Mayer, 2021; Fiorella & Mayer, 2022). Ketika figur inspiratif menceritakan proses perjuangan, kegagalan, strategi belajar, hingga keberhasilannya, mahasiswa memperoleh bentuk verbal persuasion sekaligus emotional modeling yang dapat mengurangi kecemasan akademik dan meningkatkan optimisme terhadap pencapaian akademik di masa depan (Linnenbrink-Garcia et al., 2021; Putwain et al., 2023).

Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini menilai bahwa pengaruh video motivasi terhadap academic self-confidence terjadi melalui mekanisme yang saling berkaitan. Video motivasi berbasis figur inspiratif berperan sebagai stimulus eksternal yang menghadirkan pengalaman belajar tidak langsung (vicarious experience). Pengalaman tersebut memicu proses identifikasi terhadap figur yang diamati, meningkatkan persepsi terhadap kemampuan diri, memperkuat regulasi emosi, serta menumbuhkan ekspektasi positif mengenai keberhasilan akademik. Perubahan psikologis tersebut selanjutnya tercermin dalam peningkatan academic self-confidence mahasiswa. Dengan demikian, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan secara konseptual sebagai berikut: video motivasi berbasis figur inspiratif → observational learning dan vicarious experience → peningkatan academic self-confidence mahasiswa. Kerangka konseptual ini menjadi dasar teoritis bagi pengujian hipotesis penelitian bahwa pemberian video motivasi berbasis figur inspiratif mampu meningkatkan academic self-confidence mahasiswa secara signifikan dibandingkan kondisi tanpa intervensi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen melalui pretest-posttest control group design untuk menguji pengaruh video motivasi berbasis figur inspiratif terhadap academic self-confidence mahasiswa. Desain ini dipilih karena memungkinkan peneliti membandingkan perubahan tingkat academic self-

confidence sebelum dan sesudah pemberian intervensi pada kelompok eksperimen serta membandingkannya dengan kelompok kontrol yang tidak memperoleh perlakuan, sehingga pengaruh intervensi dapat diamati secara lebih objektif (Sugiyono, 2022). Partisipan penelitian berjumlah 30 mahasiswa aktif yang dipilih menggunakan teknik convenience sampling berdasarkan kesediaan mengikuti seluruh rangkaian penelitian, kemudian dibagi menjadi dua kelompok yang terdiri atas 15 mahasiswa pada kelompok eksperimen dan 15 mahasiswa pada kelompok kontrol. Kelompok eksperimen memperoleh perlakuan berupa pemutaran video motivasi yang menampilkan figur inspiratif dengan narasi mengenai pengalaman menghadapi tantangan, strategi mengatasi hambatan, serta upaya mencapai keberhasilan akademik. Sementara itu, kelompok kontrol tidak diberikan intervensi selama periode penelitian. Pengukuran dilakukan sebanyak dua kali, yaitu sebelum pemberian perlakuan (pretest) dan setelah seluruh rangkaian intervensi selesai (posttest), menggunakan Academic Confidence Scale (ACS) yang mengukur keyakinan mahasiswa dalam melaksanakan berbagai aktivitas akademik.

Data penelitian dianalisis secara bertahap menggunakan perangkat lunak statistik. Tahap awal dilakukan melalui statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik skor academic self-confidence pada masing-masing kelompok. Selanjutnya, perubahan skor sebelum dan sesudah perlakuan pada setiap kelompok dianalisis menggunakan paired-sample t-test, sedangkan perbedaan skor posttest antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dianalisis menggunakan independent-sample t-test pada taraf signifikansi 5%. Penggunaan kedua teknik analisis tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian yang ingin mengidentifikasi perubahan dalam kelompok maupun perbedaan hasil antar kelompok setelah pemberian intervensi (Ghozali, 2021). Instrumen Academic Confidence Scale (ACS) dipilih karena telah banyak digunakan dalam penelitian mengenai kepercayaan diri akademik dan memiliki kesesuaian dengan konstruk yang diukur dalam penelitian ini. Seluruh proses pengumpulan data dilaksanakan setelah responden memperoleh penjelasan mengenai tujuan penelitian dan menyatakan kesediaannya untuk berpartisipasi secara sukarela.

HASIL PENELITIAN

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai perubahan skor academic self-confidence pada

kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Hasil analisis menunjukkan bahwa kelompok eksperimen mengalami peningkatan skor rata-rata dari 52,4 (SD = 13,79) pada saat pretest menjadi 65,5 (SD = 7,91) pada saat posttest. Sebaliknya, kelompok kontrol hanya mengalami perubahan yang sangat kecil, yaitu dari rata-rata 56,7 (SD = 11,4) menjadi 57,7 (SD = 10,3). Secara deskriptif, temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memperoleh intervensi berupa video motivasi berbasis figur inspiratif menunjukkan peningkatan academic self-confidence yang lebih besar dibandingkan mahasiswa yang tidak memperoleh perlakuan. Penurunan nilai simpangan baku pada kelompok eksperimen juga menunjukkan bahwa setelah intervensi, tingkat keyakinan akademik antarpartisipan menjadi lebih homogen. Kondisi ini mengindikasikan bahwa video motivasi tidak hanya meningkatkan rata-rata skor, tetapi juga memberikan pengaruh yang relatif merata pada sebagian besar peserta.

Pengujian Hipotesis 1: Perbedaan Pretest dan Posttest pada Kelompok Eksperimen

Tabel 1. Hasil Paired Sample T-Test Kelompok Eksperimen

Perbandingan	Statistic (t)	df	p
KE Pretest - KE Posttest	-3.70	14	.002

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Tabel 2. Statistik Deskriptif Kelompok Eksperimen

Kelompok	N	Mean	Median	SD	SE
KE Pretest	15	52.4	53	13.79	3.56
KE Posttest	15	65.5	67	7.91	2.04

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2, hasil paired sample t-test menunjukkan nilai $t = -3,70$, $df = 14$, dan $p = 0,002$, sehingga terdapat perbedaan yang signifikan antara skor pretest dan posttest pada kelompok eksperimen. Rata-rata skor meningkat sebesar 13,1 poin, dari 52,4 menjadi 65,5 setelah mahasiswa memperoleh intervensi berupa video motivasi berbasis figur inspiratif. Hasil ini menunjukkan bahwa intervensi yang diberikan mampu meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan akademiknya secara nyata.

Temuan tersebut sejalan dengan Social Cognitive Theory yang menjelaskan bahwa pengalaman belajar melalui pengamatan terhadap figur yang berhasil (vicarious experience) dapat memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri (Schunk & DiBenedetto, 2020). Melalui tayangan video, mahasiswa memperoleh contoh nyata mengenai cara menghadapi hambatan akademik, sehingga terbentuk ekspektasi

positif bahwa keberhasilan juga dapat dicapai melalui usaha dan strategi yang tepat. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Yang dan Wu (2021) yang menyatakan bahwa media berbasis narasi visual mampu meningkatkan motivasi belajar dan keterlibatan psikologis mahasiswa. Demikian pula, Mayer (2021) menjelaskan bahwa kombinasi informasi visual dan verbal pada media video mempermudah pembentukan makna serta meningkatkan retensi informasi yang berkaitan dengan motivasi belajar. Dengan demikian, peningkatan academic self-confidence pada kelompok eksperimen tidak hanya menunjukkan keberhasilan intervensi secara statistik, tetapi juga memperkuat bukti empiris bahwa media video dapat berfungsi sebagai intervensi psikologis, bukan sekadar media penyampaian materi pembelajaran.

Pengujian Hipotesis 2: Perbedaan Pretest dan Posttest pada Kelompok Kontrol

Tabel 3. Hasil Paired Sample T-Test Kelompok Kontrol

Perbandingan	Statistic (t)	df	p
KK Pretest - KK Posttest	-0.550	14	.591

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Tabel 4. Statistik Deskriptif Kelompok Kontrol

Kelompok	N	Mean	Median	SD	SE
KK Pretest	15	56.7	58	11.40	2.93
KK Posttest	15	57.7	59	10.30	2.67

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Hasil analisis pada Tabel 3 menunjukkan nilai $t = -0,550$, $df = 14$, dan $p = 0,591$, sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara skor pretest dan posttest pada kelompok kontrol. Walaupun terjadi kenaikan rata-rata skor sebesar satu poin, perubahan tersebut tidak cukup besar untuk menunjukkan adanya peningkatan academic self-confidence yang bermakna secara statistik. Dengan demikian, mahasiswa yang tidak memperoleh intervensi cenderung mempertahankan tingkat kepercayaan diri akademik yang relatif sama selama periode penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan academic self-confidence tidak terjadi secara otomatis hanya karena mahasiswa mengikuti aktivitas akademik rutin. Perubahan pada aspek psikologis memerlukan stimulus yang mampu membangun persepsi positif terhadap kemampuan diri. Hasil ini mendukung penelitian Honicke dan Broadbent (2019) yang menjelaskan bahwa perkembangan kepercayaan diri akademik dipengaruhi oleh pengalaman belajar yang memberikan penguatan terhadap persepsi kompetensi individu. Selain itu, penelitian Fong et al. (2023) juga menunjukkan bahwa

peningkatan academic self-efficacy dan academic confidence lebih efektif terjadi ketika mahasiswa memperoleh intervensi yang dirancang secara khusus dibandingkan hanya mengandalkan pengalaman belajar sehari-hari. Oleh karena itu, stabilnya skor kelompok kontrol memperkuat dugaan bahwa perubahan yang terjadi pada kelompok eksperimen merupakan dampak dari intervensi yang diberikan, bukan akibat faktor waktu atau proses pembelajaran reguler.

Pengujian Hipotesis 3: Perbedaan Posttest Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

Tabel 5. Hasil Independent Sample T-Test

Perbandingan	Statistic (t)	df	p
KE Posttest - KK Posttest	2.32	28	.028

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Tabel 6. Statistik Deskriptif Posttest

Kelompok	N	Mean	Median	SD	SE
KE Posttest	15	65.5	67.0	7.91	2.04
KK Posttest	15	57.7	59.0	10.30	2.67

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Hasil independent sample t-test pada Tabel 5 menunjukkan nilai $t = 2,32$, $df = 28$, dan $p = 0,028$, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara skor posttest kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Kelompok eksperimen memperoleh rata-rata skor yang lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol, sehingga hipotesis ketiga diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memperoleh video motivasi berbasis figur inspiratif memiliki tingkat academic self-confidence yang lebih baik dibandingkan mahasiswa yang tidak memperoleh perlakuan.

Secara empiris, hasil tersebut memperkuat penelitian Robin (2020) yang menyatakan bahwa penyampaian pengalaman inspiratif melalui media digital mampu membangun keterlibatan emosional dan meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri. Hasil penelitian ini juga memperluas temuan Kurniawati et al. (2024) dan Sumardi et al. (2021) yang sebelumnya lebih menitikberatkan pada efektivitas video sebagai media pembelajaran. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menunjukkan bahwa video motivasi berbasis figur inspiratif juga efektif digunakan sebagai media intervensi psikologis untuk meningkatkan academic self-confidence. Temuan ini mendukung asumsi bahwa proses observational learning, identifikasi

terhadap figur inspiratif, serta pesan motivasional yang diterima mahasiswa menjadi mekanisme yang mendorong terbentuknya keyakinan akademik yang lebih kuat.

Secara keseluruhan, ketiga hasil pengujian hipotesis menunjukkan pola yang konsisten. Kelompok eksperimen mengalami peningkatan academic self-confidence secara signifikan setelah memperoleh intervensi, sedangkan kelompok kontrol tidak menunjukkan perubahan yang berarti. Perbedaan hasil posttest antara kedua kelompok semakin memperkuat bahwa video motivasi berbasis figur inspiratif memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan academic self-confidence mahasiswa. Dari sisi kebaruan, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi hubungan antara media digital dan kepercayaan diri akademik, tetapi juga memberikan bukti kausal melalui desain eksperimen dengan kelompok kontrol. Selain itu, penggunaan Academic Confidence Scale (ACS) sebagai instrumen evaluasi memberikan kontribusi metodologis karena instrumen tersebut masih relatif jarang digunakan dalam penelitian eksperimen di bidang psikologi pendidikan di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian sebelumnya yang umumnya menggunakan desain korelasional (Fitriyani & Anwar, 2024; Rahmadini et al., 2024) atau berfokus pada video pembelajaran (Kurniawati et al., 2024; Sumardi et al., 2021), dengan menunjukkan bahwa video motivasi berbasis figur inspiratif merupakan alternatif intervensi yang efektif untuk memperkuat academic self-confidence mahasiswa.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa video motivasi berbasis figur inspiratif merupakan salah satu bentuk intervensi psikologis yang berpotensi memperkuat academic self-confidence mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan akademiknya tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman belajar secara langsung, tetapi juga dapat berkembang melalui proses belajar sosial ketika mahasiswa mengamati pengalaman, strategi, dan keberhasilan figur yang dianggap relevan. Dengan demikian, media video tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi pembelajaran, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media yang mampu membangun aspek afektif mahasiswa, khususnya dalam meningkatkan keyakinan terhadap kemampuan menghadapi berbagai tuntutan akademik. Hasil penelitian ini sekaligus memperkaya kajian psikologi pendidikan dengan memberikan bukti empiris

bahwa pendekatan berbasis media digital dapat diintegrasikan sebagai bagian dari upaya pengembangan karakter dan kesiapan akademik mahasiswa.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi dapat memanfaatkan video motivasi berbasis figur inspiratif sebagai salah satu alternatif program pendampingan mahasiswa, baik dalam kegiatan orientasi, layanan bimbingan dan konseling, pengembangan karakter, maupun pembelajaran yang berorientasi pada penguatan kompetensi nonkognitif. Integrasi media tersebut berpotensi menciptakan lingkungan belajar yang lebih suportif dan mendorong mahasiswa untuk membangun keyakinan, ketahanan, serta motivasi dalam menghadapi tantangan akademik. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif kecil dan penggunaan teknik convenience sampling, sehingga penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah partisipan yang lebih besar, menggunakan teknik pengambilan sampel yang lebih representatif, serta menguji efektivitas berbagai karakteristik video motivasi, seperti durasi, jenis figur inspiratif, dan intensitas pemberian intervensi, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi academic self-confidence mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, O., & Sahibzada, J. (2020). *Students' self-confidence and its impacts on their learning process*. American International Journal of Social Science Research, 5(1), 1-15.
- Astri, S., & Ain, S. Q. (2024). Hubungan antara self-efficacy dengan motivasi belajar dan prestasi akademik mahasiswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 11(2), 120-135.
- Awaliyah, P., & Santoso, B. (2021). Video pembelajaran sebagai alternatif dalam meningkatkan motivasi belajar. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 6(2), 157-176.
- Burnette, J. L., O'Boyle, E. H., VanEpps, E. M., Pollack, J. M., & Finkel, E. J. (2020). Mindsets matter: A meta-analytic review of implicit theories and self-regulation. *Psychological Bulletin*, 146(7), 655-701.
- Dewi, D. A., & Rahman, N. N. (2024). Motivasi berprestasi mahasiswa ditinjau dari konsep diri dan kemandirian belajar. *Jurnal Diversita*, 10(2), 246-256.
- Fiorella, L., & Mayer, R. E. (2022). *The Cambridge handbook of multimedia learning* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Fitriyani, V., & Anwar, A. S. (2024). Pengaruh self confidence terhadap hasil belajar bahasa Indonesia. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(4), 1-10.
- Fong, C. J., Patall, E. A., Vasquez, A. C., & Stautberg, S. (2023). A meta-analysis of academic self-efficacy and educational outcomes in higher education. *Educational Psychology Review*, 35(2), 1-29.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Honick, T., & Broadbent, J. (2019). The influence of academic self-efficacy on academic performance: A systematic review. *Educational Research Review*, 17, 63-84.
- Komarraju, M., & Nadler, D. (2021). Self-efficacy and academic achievement: Why do implicit beliefs, goals, and effort regulation matter? *Learning and Individual Differences*, 89, 102015.
- Kurnia, R., dkk. (2025). Effectiveness of social learning video and social storytelling on students' psychological well-being. *Procedia of Psychology*, 13(4), 1-9.
- Kurniawati, E., dkk. (2024). Media pembelajaran berbasis video untuk meningkatkan motivasi belajar siswa. *Cokroaminoto Journal of Primary Education*, 7(2), 1-12.
- Linnenbrink-Garcia, L., Wormington, S. V., Snyder, K. E., Riggsbee, J., Perez, T., Ben-Eliyahu, A., & Hill, N. E. (2021). Multiple pathways to success: Examining motivational profiles among undergraduate students. *Contemporary Educational Psychology*, 64, 101927.
- Mayer, R. E. (2021). *Multimedia learning* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Putwain, D. W., Pekrun, R., Nicholson, L. J., Symes, W., Becker, S., & Marsh, H. W. (2023). Academic emotions and student engagement: A longitudinal analysis. *Learning and Instruction*, 83, 101692.
- Rahmadini, Y., dkk. (2024). Pengaruh academic self-efficacy terhadap academic performance mahasiswa. *Corona: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 3(3), 1-10.
- Robin, B. R. (2020). The power of digital storytelling to support teaching and learning. *Digital Education Review*, 37, 17-29.
- Sander, P., & Sanders, L. (2003). Measuring confidence in academic settings: The development of the Academic Confidence Scale. *Proceedings of the British Psychological Society Psychology of Education Section Annual Conference*, 9(1), 1-18.
- Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology*, 60, 101832.
- Schunk, D. H., & Usher, E. L. (2021). Social cognitive theory and motivation. Dalam K. R. Wentzel & D. B. Miele (Eds.), *Handbook of motivation at school* (2nd ed.). Routledge.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sumardi, U. S., Nathael, L., Witri, R. P., & Kusriani, F. (2021). Pengaruh penggunaan media video terhadap motivasi belajar peserta didik. *EduTech: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 20(1), 72-86.
- Usher, E. L., & Pajares, F. (2023). Sources of self-efficacy in educational contexts: Contemporary perspectives and future directions. *Educational Psychologist*, 58(1), 1-18.
- van Dinther, M., Dochy, F., Segers, M., & Braeken, J. (2022). The relationship between students' self-efficacy beliefs and academic performance: A systematic review. *Studies in Educational Evaluation*, 72, 101118.
- Yang, Y. T. C., & Wu, W. C. I. (2021). Digital storytelling for enhancing student academic engagement and learning motivation. *Computers & Education*, 168, 104211.