

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh karakteristik postingan influencer TikTok terhadap niat perilaku pengikutnya melalui mekanisme rute periferal, dengan menggunakan Elaboration Likelihood Model (ELM) dan kerangka kerja Stimulus-Organism-Response (SOR). Dengan berfokus pada Indonesia, negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, penelitian ini menjawab keterbatasan penelitian sebelumnya yang dilakukan di Spanyol, yang memiliki basis pengguna yang lebih kecil. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana orisinalitas, kualitas, kuantitas, dan humor dalam unggahan influencer memengaruhi pengalaman hedonis dan persepsi terhadap kepemimpinan opini, yang kemudian membentuk niat perilaku, seperti niat untuk mengikuti akun dan saran. Data dikumpulkan melalui survei terhadap 420 pengikut Fadil Jaidi, seorang influencer TikTok papan atas di Indonesia. Temuan menunjukkan bahwa orisinalitas dan humor secara signifikan meningkatkan pengalaman hedonis dan kepemimpinan opini, yang secara positif mempengaruhi niat perilaku. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis untuk penelitian pemasaran influencer dan rekomendasi praktis bagi influencer untuk mengoptimalkan strategi konten di TikTok.

Kata kunci: TikTok, influencer, karakteristik postingan, rute periferal, niat perilaku