

Pengaruh kredibilitas influencer dan content marketing-nya mengenai program vaksin terhadap niat untuk vaksin : studi pada Influencer Instagram = The impact of influencer credibility and its content marketing on vaccine intentions : study on Instagram Influencers

Putri Nurresky Azzahra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20523278&lokasi=lokal>

Abstrak

Media sosial kini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Era digital tidak hanya membawa banyak peluang, tetapi juga tantangan dan pertanyaan tentang apa dan bagaimana cara terbaik untuk mempromosikan baik merek maupun produk di media sosial. Beberapa bisnis saat ini telah berinvestasi pada influencer marketing. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak influencer media sosial dalam minat terhadap program vaksinasi Covid-19 dan lebih memahami karakteristik mana yang memiliki pengaruh lebih tinggi terhadap program vaksinasi Covid-19. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability judgemental sampling. Survei online dilakukan pada masyarakat Indonesia pengguna Instagram dengan rentang usia 17 hingga 45 tahun yang mengikuti influencer yang pernah membuat konten atau postingan program vaksinasi Covid-19 di Instagram. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa interactivity memiliki dampak yang lebih tinggi pada minat vaksinasi Covid-19 audiens daripada expertise, homophily, dan popularitas influencer. Selain itu, terbukti juga bahwa trustworthiness, likability, dan argument quality influencer media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat vaksinasi Covid-19.

.....Social media has now become a part of people's daily lives. The digital era brings not only many opportunities, but also challenges and questions about what and how best to promote both brands and products on social media. Several businesses today have invested on influencer marketing. This study aims to evaluate the impact of social media influencers in the vaccine intention and better understand which characteristics have a higher influence on the vaccine intention. The sampling method used is non-probability judgmental sampling. The online survey was conducted on Indonesian Instagram users with an age range of 17 to 45 years who follow influencers who have created content or posted Covid-19 vaccination program content on Instagram. Data processing is done by using multiple linear regression analysis techniques. The results of the study revealed that interactivity had a higher impact on the audience's interest on vaccine intention than the expertise, homophily, and popularity of influencers. In addition, it is also proven that trustworthiness, likability, and argument quality of social media influencers have no influence on vaccine intention.