

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pengaruh karakteristik konten video pendek pada akun TikTok @aliciaeva9 terhadap *engagement followers*. Permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah belum diketahuinya seberapa besar pengaruh karakteristik konten video pendek yang terdiri dari dimensi *emotionality*, *storytelling*, dan *information relevance* terhadap *engagement followers* baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan teori Elaboration Likelihood Model (ELM) yang dikembangkan oleh Petty & Cacioppo, (1986) sebagai landasan teoritis, serta didukung oleh kerangka *engagement followers* dari Hollebeek et al. (2014) yang membagi *engagement* ke dalam tiga dimensi yaitu *cognitive engagement*, *emotional engagement*, dan *behavioral engagement*. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis jalur (*path analysis*) dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 196 responden yang merupakan *followers* aktif akun TikTok @aliciaeva9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ketiga dimensi karakteristik konten video pendek berpengaruh signifikan terhadap *engagement followers* dengan nilai F hitung sebesar 60,557 dan total pengaruh sebesar 48,6%. Secara parsial, dimensi *emotionality* berpengaruh signifikan dengan total pengaruh terbesar yaitu 19,8%, diikuti oleh *information relevance* sebesar 17,0%, dan *storytelling* sebesar 11,6%. Temuan menarik dalam penelitian ini adalah dimensi *storytelling* memiliki pengaruh tidak langsung yang lebih besar dari pengaruh langsungnya, yang menunjukkan bahwa *storytelling* bekerja lebih banyak melalui kaitannya dengan dimensi lain dalam membentuk *engagement followers*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah karakteristik konten video pendek terbukti berpengaruh signifikan terhadap *engagement followers* pada akun TikTok @aliciaeva9, dengan *emotionality* sebagai dimensi yang paling dominan dalam mendorong keterlibatan aktif *followers*.

Kata Kunci: Karakteristik Konten Video Pendek, *Emotionality*, *Storytelling*, *Information Relevance*, *Engagement Followers*, TikTok, Analisis Jalur

ABSTRACT

This study focuses on the influence of short video content characteristics on the TikTok account @aliciaeva9 toward followers engagement. The problem identified in this study is the extent to which short video content characteristics consisting of emotionality, storytelling, and information relevance dimensions influence followers engagement both partially and simultaneously. This study employs the Elaboration Likelihood Model (ELM) developed by Petty & Cacioppo, (1986) as its theoretical foundation, supported by the followers engagement framework from Hollebeek et al. (2014) which divides engagement into three dimensions namely cognitive engagement, emotional engagement, and behavioral engagement. A quantitative method with path analysis technique was used, and data were collected through questionnaires distributed to 196 respondents who are active followers of the TikTok account @aliciaeva9. The results show that simultaneously all three dimensions of short video content characteristics significantly influence followers engagement with an F value of 60.557 and a total influence of 48.6%. Partially, the emotionality dimension has the greatest total influence at 19.8%, followed by information relevance at 17.0%, and storytelling at 11.6%. A notable finding is that the storytelling dimension has a greater indirect influence than its direct influence, indicating that storytelling works more through its relationship with other dimensions in shaping followers engagement. The conclusion of this study is that short video content characteristics significantly influence followers engagement on the TikTok account @aliciaeva9, with emotionality as the most dominant dimension in driving active follower engagement.

Keywords: *Short Video Content Characteristics, Emotionality, Storytelling, Information Relevance, Followers Engagement, TikTok, Path Analysis*

RINGKÉSAN

Panalungtikan ieu museur kana pangaruh ciri konten video pondok dina akun TikTok @aliciaeva9 kana engagement followers. Masalah anu diidentifikasi dina panalungtikan ieu nyaéta sabaraha gedéna pangaruh ciri konten video pondok anu ngawengku dimensi emotionality, storytelling, sareng information relevance kana engagement followers boh sacara parsial boh sacara simultan. Panalungtikan ieu ngagunakeun téori Elaboration Likelihood Model (ELM) anu dikembangkeun ku Petty sareng Cacioppo (1986) salaku dadasar téoritis, ogé dirojong ku kerangka engagement followers ti Hollebeek et al. (2014) anu ngabagi engagement kana tilu dimensi nyaéta cognitive engagement, emotional engagement, sareng behavioral engagement. Méthode anu digunakeun nyaéta méthode kuantitatif kalayan téhnik analisis jalur (path analysis) sareng pangumpulan data dilakukeun ngaliwatan panyebaran kuesioner ka 196 résponden anu mangrupa followers aktif akun TikTok @aliciaeva9. Hasil panalungtikan nétélakeun yén sacara simultan katilu dimensi ciri konten video pondok mangaruhan sacara signifikan kana engagement followers kalayan nilai F hitung salaku 60,557 sareng total pangaruh salaku 48,6%. Sacara parsial, dimensi emotionality mangaruhan sacara signifikan kalayan total pangaruh panggedéna nyaéta 19,8%, dituturkeun ku information relevance salaku 17,0%, sareng storytelling salaku 11,6%. Kasimpulan tina panalungtikan ieu nyaéta ciri konten video pondok terbukti mangaruhan sacara signifikan kana engagement followers dina akun TikTok @aliciaeva9, kalayan emotionality salaku dimensi anu paling dominan dina ngadorong keterlibatan aktif followers.

Kecap Konci: *Ciri Konten Video Pondok, Emotionality, Storytelling, Information Relevance, Engagement Followers, TikTok, Analisis Jalur*