

ABSTRAK

PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* JOVIAL DA LOPEZ TERHADAP MINAT *FOLLOWERS* UNTUK BERDONASI PADA GERAKAN BERSAMA CERDASKAN ANAK BANGSA DI INSTAGRAM

Oleh:
Yossi Nuzulya

Peran *influencer* sangat bermanfaat dalam mempengaruhi minat *audiens* terhadap suatu gerakan inisiatif sosial yaitu donasi. Salah satunya adalah gerakan Bersama Cerdaskan Anak Bangsa. Jovial Da Lopez adalah *influencer* yang berperan sebagai komunikator pada gerakan ini, dengan maksud supaya dapat mempersuasi khalayak luas dan menimbulkan minat untuk berdonasi. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui besarnya pengaruh kredibilitas *influencer* Jovial da Lopez terhadap minat *followers* untuk berdonasi pada gerakan bersama cerdas kan anak bangsa di instagram. Penggunaan teori pada penelitian ini adalah teori kredibilitas sumber. Tipe penelitian yang digunakan yakni kuantitatif dengan metode survei sebagai pengumpulan data. Responden penelitian ini adalah 100 *followers* Jovial Da Lopez yang menyukai postingan konten gerakan donasi bersama cerdas kan anak bangsa di instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* Jovial Da Lopez memberikan pengaruh yakni sebesar 69,3% terhadap minat followers untuk berdonasi pada gerakan bersama cerdas kan anak bangsa di instagram, sisanya dipengaruhi faktor lain. Dimensi kredibilitas yang tinggi dalam mempengaruhi minat untuk berdonasi yakni dimensi afeksi. Melalui penelitian ini, komunikator dengan tingkat kredibilitas yang tinggi, memiliki pengaruh persuasif yang kuat dalam memengaruhi pandangan, perasaan dan kemauan serta hasrat komunikasi atau *followers* untuk berdonasi. Penggunaan *platform* media instagram juga berkontribusi pada potensi pengaruh yang signifikan terhadap komunikannya. Hipotesis yang diajukan diterima dibuktikan dengan $t_{hitung}=14,863 > t_{tabel}=1,290$.

Kata kunci: *Influencer, Berdonasi, Kredibilitas, Minat, Jovial Da Lopez, Bersama Cerdaskan Anak Bangsa*

ABSTRACT

EFFECT OF CREDIBILITY INFLUENCER JOVIAL DA LOPEZ ON INTEREST TO DONATE TO THE TOGETHER MOVEMENT TO SMARTEN THE NATION'S CHILDREN ON INSTAGRAM

By:
Yossi Nuzulya

The role of influencers is very useful in influencing audience interest in a social initiative movement, namely donations. One of them is the Together to Smarten the Nation's Children movement. Jovial Da Lopez is an influencer who acts as a communicator in this movement, to persuade a wide audience and generate interest in donating. This research aims to determine the magnitude of the influence of credibility influencer Jovial da Lopez for followers to donate to the collective movement to educate the nation's children on Instagram. The theory used in this research is source credibility theory. The type of research used is quantitative with survey methods as data collection. The respondents of this research were 100 followers of Jovial Da Lopez, who likes posting content about the donation movement together to educate the nation's children on Instagram.

The research results show that credibility influencer Jovial Da Lopez has an influence of 69.3% on interest followers to donate to the collective movement to educate the nation's children on Instagram, the rest is influenced by other factors. The dimension of high credibility in influencing interest in donating is the affection dimension. Through this research, communicators with a high level of credibility have a strong persuasive influence in influencing views, feelings, and willingness and desire for communication or followers to donate. Useplatform Instagram media also contributes to the potential for significant influence on communication. The proposed hypothesis is accepted as proven by $t_{count} = 14.863 > t_{table} = 1,290$.

Keywords: *Influencer, Donations, Credibility, Interest, Jovial Da Lopez, Together to Smarten the Nation's Children*