

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kredibilitas pada akun *influencer* anonim dalam membangun kepercayaan audiens terhadap informasi di media sosial, khususnya pada platform TikTok. Penelitian ini mengkaji pengaruh kredibilitas akun TikTok @dokterdetektif (2,1 Juta *Followers*) terhadap tingkat kepercayaan *followers*. Penelitian kuantitatif dilakukan melalui kuesioner kepada 400 *followers* akun TikTok @dokterdetektif. Kuesioner skala likert 4 poin digunakan untuk mengukur dimensi kredibilitas (*attractiveness*, *expertise*, dan *trustworthiness*) dan kepercayaan (*trusting intentions* dan *trusting belief*). Hasil penelitian menunjukkan dimensi kredibilitas memiliki nilai sangat tinggi. Selain itu hasil uji statistik menggunakan SPSS menunjukkan adanya korelasi atau hubungan signifikan antara kredibilitas akun dan kepercayaan *followers* ($r=0,576 > 0,05$), dimana kepercayaan dijelaskan 43,4% oleh kredibilitas. Temuan ini membuktikan bahwa kredibilitas menjadi landasan utama dalam membentuk kepercayaan terhadap informasi. Saran secara akademis, penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menggunakan subjek, objek, maupun metode yang berbeda agar memperoleh sudut pandang lebih luas dan mendalam. Sementara secara saran praktis, *influencer* disarankan untuk membangun dan mempertahankan kredibilitas yang baik untuk meningkatkan kepercayaan audiens atau *followers* terhadap informasi. Sementara itu, audiens atau *followers* diharapkan lebih kritis dalam menerima dan mengevaluasi informasi yang diperoleh dari media sosial.

Kata Kunci: Kredibilitas, Media Sosial, TikTok, Kepercayaan, Informasi