

**Pengaruh Kualitas Informasi, Daya Tarik, dan Frekuensi  
Postingan terhadap Efektivitas Konten TikTok  
(studi kasus konten berbagi pada akun TikTok @ndshvv)**

**Rana Kamilah Arif**

Universitas Pembangunan Veteran Jakarta

[ranak@upnvj.ac.id](mailto:ranak@upnvj.ac.id)

**ABSTRAK**

Ketidakselarasan antara isi, tampilan dan jadwal dalam konten TikTok sering kali menjadi kendala utama pada efektivitas konten. Isi dan ekspektasi konten TikTok mungkin tidak sesuai dengan presentasinya, sehingga menghasilkan ketidakharmonisan yang mengganggu keseluruhan pengalaman penonton. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat membuat konten menjadi efektif di platform ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah yaitu seberapa besar pengaruh kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan terhadap efektivitas konten TikTok @ndshvv. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas informasi, daya tarik dan frekuensi postingan di platform media sosial TikTok pada efektivitas konten. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dan menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk mengetahui bagaimana pemahaman tentang mengapa dan bagaimana individu menggunakan media serta bagaimana media tersebut dapat memuaskan kebutuhan dan tujuan individu melalui keefektifitasan konten dengan kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan. Sebanyak 400 responden didapatkan menggunakan rumus Taro Yamane ( $d = 10\%$ ) dari 6,5 juta populasi yang merupakan followers TikTok @ndshvv menjadi objek dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis F diketahui bahwa kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan mempengaruhi efektivitas konten TikTok pada saat yang sama, nilai signifikansinya ialah  $0,000 < 0,05$  sehingga terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan terhadap efektivitas konten TikTok. Berdasarkan hasil uji hipotesis t, kualitas informasi meningkatkan efektivitas konten sebesar 0,103 satuan, daya tarik meningkatkan efektivitas konten sebesar 0,141 satuan, dan frekuensi postingan meningkatkan efektivitas konten sebesar 0,167 satuan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa frekuensi postingan merupakan faktor yang paling berpengaruh pada efektivitas konten di akun TikTok @ndshvv.

**Kata kunci: Daya Tarik, Efektivitas Konten, Frekuensi Postingan, Kualitas Informasi, TikTok**

**The Effect of Information Quality, Attractiveness, and Post  
Frequency on the Effectiveness of *TikTok* Content  
(Case Study of Sharing Content on the *TikTok* Account @ndshvv)**

**Rana Kamilah Arif**

Universitas Pembangunan Veteran Jakarta

[ranak@upnvj.ac.id](mailto:ranak@upnvj.ac.id)

**ABSTRACT**

The misalignment between content, appearance and schedule in *TikTok* content is often the main obstacle to the effectiveness of the content. The content and expectations of *TikTok* content may not match its presentation, resulting in disharmony that disrupts the overall viewer experience. Therefore, it is important to understand the factors that can make content effective on this platform. Based on this background, the problem can be formulated as the extent of the influence of information quality, attractiveness, and posting frequency on the effectiveness of content on *TikTok* account @ndshvv. This research aims to determine the influence of information quality, attractiveness, and posting frequency on the effectiveness of content on the *TikTok* platform. This research utilizes a quantitative research method with a survey approach, with purposive sampling technique, and employs the Uses and Gratification theory to understand the understanding of why and how individuals use media and how the media can satisfy individuals' needs and goals through content effectiveness with information quality, attractiveness, and posting frequency. A total of 400 respondents were obtained using the Taro Yamane formula ( $d = 10\%$ ) from a population of 6.5 million, which represents the followers of *TikTok* account @ndshvv, as the subjects of this research. Based on the results of the F hypothesis test, it is known that information quality, attractiveness, and posting frequency simultaneously influence the effectiveness of *TikTok* content, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , indicating that there is an influence between information quality, attractiveness, and posting frequency on the effectiveness of *TikTok* content. Based on the results of the t hypothesis test, information quality increases content effectiveness by 0.103 units, attractiveness increases content effectiveness by 0.141 units, and posting frequency increases content effectiveness by 0.167 units. It can be concluded that posting frequency is the most influential factor on content effectiveness on the *TikTok* account @ndshvv.

**Keywords:** Attractiveness, Content Effectiveness, Posting Frequency, Information Quality, TikTok