



Sumber: danacita.co.id

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *SOFTSELLING* AKUN
harisenin.com.official TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *BOOTCAMP*
KARIR (Survei pada *followers* instagram @harisenin.official)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
gelas Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Gusti Syahgita Naura Farsya

NIM : 2110411273



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Gusti Syahgita Naura Farsya

NIM : 2110411273

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 13 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Gusti Syahgita Naura Farsya)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gusti Syahgita Naura Farsya
NIM : 2110411273
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH TERPAAN KONTEN *SOFT-SELLING* AKUN Harisenin TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *BOOTCAMP* KARIR (SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @harisenin.official)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 16 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Gusti Syahgita Naura F.)

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Gusti Syahgita Naura Farsya
NIM : 2110411273
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : PENGARUH TERPAAN KONTEN SOFT-SELLING AKUN
harisenin.official TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
BOOTCAMP KARIR (Survei pada followers instagram
@harisenin.official)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Lusia Handayani, S.Ikom., M.Si.)

Penguji 1

(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Penguji 2

(Dra. Hermina Manihuruk, MM.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 02 Juli 2025

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *SOFTSELLING* AKUN
harisenin.com.official TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
BOOTCAMP KARIR (Survei pada *followers* instagram @harisenin.official)**

GUSTI SYAHGITA NAURA FARSYA

ABSTRAK

Media sosial kini menjadi salah satu media utama dalam strategi pemasaran digital, termasuk untuk mempromosikan layanan pendidikan nonformal seperti *bootcamp* karir salah satunya dengan menggunakan konten *softselling*. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dampak keterpaparan konten *softselling* di akun instagram @harisenin.official terhadap minat mengikuti *bootcamp* karir. Berbasis pada teori *Elaboration Likelihood Model (ELM)*, studi ini dilaksanakan menggunakan metode kuantitatif eksplanatif, dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun tersebut. Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung sebesar $6,508 > T$ tabel 1,665, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai korelasi (R) sebesar 0,549, dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,302, menunjukkan bahwa terpaan konten *softselling* berkontribusi sebesar 30,2% terhadap minat mengikuti *bootcamp* karir. Adapun 69,8% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor eksternal di luar cakupan variabel dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara terpaan konten *softselling* dan minat audiens untuk mengikuti *bootcamp* karir.

Kata Kunci: *Bootcamp* Karir, *Elaboration Likelihood Model*, Instagram, Minat, *Softselling*.

**THE IMPACT OF EXPOSURE TO SOFTSELLING CONTENT ON THE
INSTAGRAM ACCOUNT @harisenin.official ON THE INTEREST IN
PARTICIPATING IN A CAREER BOOTCAMP
(Survey of Instagram Followers of @harisenin.official)**

GUSTI SYAHGITA NAURA FARSYA

ABSTRACT

Social media has become one of the primary platforms in digital marketing strategies, including for promoting non-formal educational services such as career bootcamps, particularly through the use of softselling content. This study aims to examine the impact of exposure to softselling content on the Instagram account @harisenin.com.official on the interest in joining a career bootcamp. Employing the Elaboration Likelihood Model (ELM) as the theoretical framework, this research adopts a quantitative explanatory approach by distributing questionnaires to 100 followers of the account. The findings from a simple linear regression analysis reveal a significance level of 0.000, which is below 0.05, and a calculated t-value of 6.508, exceeding the t-table value of 1.665. These results indicate the rejection of the null hypothesis (H_0) and acceptance of the alternative hypothesis (H_a). The correlation coefficient (R) is 0.549, and the coefficient of determination (R^2) is 0.302, indicating that exposure to softselling content accounts for 30.2% of the audience's interest in participating in the career bootcamp. The remaining 69.8% is attributed to other factors beyond the scope of this study. Thus, it can be concluded that exposure to softselling content has a significant effect on the audience's interest in enrolling in a career bootcamp.

Keywords: Career Bootcamp, Elaboration Likelihood Model, Instagram, Interest, Softselling

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala ridho dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang memiliki judul “Pengaruh Terpaan Konten *Softselling* Akun Harisenin.official Terhadap Minat Menggunakan *Bootcamp* Karir (Survei Pada *Followers* Instagram @Harisenin.official)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selama proses penyusunan tugas akhir ini, peneliti mendapat begitu banyak dukungan dan bantuan yang begitu besar dari keluarga, teman, dan kerabat. Dukungan dan bantuan ini sangat berarti bagi peneliti dalam membantu melancarkan berbagai kendala dan kesulitan yang dialami selama proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Gusti Sopyannur dan Yuanita Setiawan, serta adik saya yang telah mendukung dan memberikan kasih sayang, restu dan doa, sehingga menjadi penyemangat sekaligus alasan utama peneliti untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi dan mendapatkan gelar sarjana.
2. Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si., selaku Kepala Program Studi S1 Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang senantiasa membantu dalam dalam proses kelancaran akademik saya.
3. Ibu Lusia Handayani, S.Ikom., M.Si. dosen pembimbing tugas akhir saya yang senantiasa selalu membantu dengan membimbing selama proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si dan Ibu Dra. Hermina Manihuruk, MM. sebagai dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan agar lancarnya perjalanan menyusun tugas akhir.
5. Ibu Dr. Drina Intyaswati, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dalam kelancaran pendidikan akademik saya sejak tahun pertama.

6. Teman-teman seperjuangan di masa perkuliahan, Meilliana Rosalinda, Rury Maharanie, dan “Pusing Skripsi” antara lain Safire Fedra, Amanda Anastassia, Aqila Tamara, Alma Dheafany, Alhani Azhari, Nurul Aulia, Kania Nurhafni, Shefira Amanda, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang selalu menjadi teman untuk berbagi keluh kesah, saling membantu dan memberikan memori indah di masa perkuliahan saya.
7. Alvina Febriyanti, Salma Hanayuka, Nabilla Faram, Alfiayana, dan Aziizah Istiani, selaku teman sejak SMA yang turut kebersamai dalam penyusunan tugas akhir skripsi dengan memberikan dukungan dan semangat.
8. Para responden yang telah bersedia untuk membantu mengisi kuesioner penelitian sehingga membantu kelancaran penelitian ini.

Jakarta, 16 Juni 2024



(Gusti Syahgita Naura Farsya)

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Akademik.....	8
1.5.2 Manfaat Praktik.....	8
1.6 Sistematika Peneltian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep dan Teori Penelitian.....	23
2.2.1 Teori <i>Elaboration Likelihood Model</i>	23
2.2.2 Terpaan Konten.....	26
2.2.3 <i>Soft selling</i>	29
2.2.4 Media Sosial	31

2.2.5 Minat.....	36
1.2 Kerangka Pemikiran.....	39
1.3 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Objek Penelitian.....	42
3.2 Jenis Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5 Sumber Data.....	46
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder	46
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Realibilitas	53
3.7.3 Uji Korelasi	55
3.7.4 Uji Regresi Linear Sederhana	56
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	56
3.7.6 Pengujian Hipotesis.....	57
3.8 Jadwal Penelitian.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Analisis Hasil Variabel X (Terpaan Konten <i>Softselling</i> Akun harisenin.official).....	63
4.2.3 Analisis Hasil Variabel Y (Minat Menggunakan <i>Bootcamp</i> Karir)... 69	
4.3 Analisis Penelitian.....	78
4.4 Pembahasan Penelitian.....	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Praktis	93
5.2.2 Saran Teoritis	94
 DAFTAR PUSTAKA.....	 95
RIWAYAT HIDUP	100
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Instagram Harisenin.com	5
Gambar 2. Contoh Konten <i>Softselling</i>	6
Gambar 3. The <i>Elaboration Likelihood Model</i>	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. Skor Skala Likert.....	45
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	51
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	52
Tabel 6. Jadwal Penelitian	58
Tabel 7. Klasifikasi Interpretasi Perhitungan Presentase	60
Tabel 8. Jenis Kelamin Responden.....	61
Tabel 9. Usia Responden.....	62
Tabel 10. Rangkuman Karakteristik Responden.....	62
Tabel 11. Nilai Skala	63
Tabel 12. Tanggapan Pernyataan 1 (X1).....	64
Tabel 13. Tanggapan Pernyataan 2 (X2).....	64
Tabel 14. Tanggapan Pernyataan 3 (X3).....	64
Tabel 15. Tanggapan Pernyataan 4 (X4).....	65
Tabel 16. Tanggapan Pernyataan 5 (X5).....	65
Tabel 17. Tanggapan Pernyataan 6 (X6).....	66
Tabel 18. Tanggapan Pernyataan 7 (X7).....	66
Tabel 19. Tanggapan Pernyataan 8 (X8).....	66
Tabel 20. Tanggapan Pernyataan 9 (X9).....	67
Tabel 21. Tanggapan Pernyataan 10 (X10).....	67
Tabel 22. Tanggapan Pernyataan 11 (X11)	68
tabel 23. Tanggapan Pernyataan 12 (X12).....	68
Tabel 24. Nilai Skala	69
Tabel 25. Tanggapan Pernyataan 1 (Y1).....	70
Tabel 26. Tanggapan Pernyataan 2 (Y2).....	70
Tabel 27. Tanggapan Pernyataan 3 (Y3).....	70
Tabel 28. Tanggapan Pernyataan 4 (Y4).....	71
Tabel 29. Tanggapan Pernyataan 5 (Y5).....	71
Tabel 30. Tanggapan Pernyataan 6 (Y6).....	72
Tabel 31. Tanggapan Pernyataan 7 (Y7).....	72
Tabel 32. Tanggapan Pernyataan 8 (Y8).....	73
Tabel 33. Tanggapan Pernyataan 9 (Y9).....	73
Tabel 34. Tanggapan Pernyataan 10 (Y10).....	74
Tabel 35. Tanggapan Pernyataan 11 (Y11)	74
Tabel 36. Tanggapan Pernyataan 12 (Y12).....	74
Tabel 37. Tanggapan Pernyataan 13 (Y13).....	75
Tabel 38. Tanggapan Pernyataan 14 (Y14).....	76
Tabel 39. Tanggapan Pernyataan 15 (Y15).....	76
Tabel 40. Tanggapan Pernyataan 16 (Y16).....	77
Tabel 41. Tanggapan Pernyataan 17 (Y17).....	77
Tabel 42. Tanggapan Pernyataan 18 (Y18).....	77