

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Terpaan Konten Soft Selling Akun @harisenin.official terhadap Minat Mengikuti Bootcamp Karir, diperoleh kesimpulan yang memperkuat bahwa Elaboration Likelihood Model (ELM) dapat diujikan dalam penelitian ini, di mana penelitian menggunakan dua variabel, yaitu Terpaan Konten Soft Selling sebagai variabel X dan Minat Mengikuti Bootcamp Karir sebagai variabel Y. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa variabel X, yakni Terpaan Konten Soft Selling, berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, yaitu Minat, dengan kontribusi sebesar 30,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pesan-pesan menarik yang disampaikan melalui konten soft selling, khususnya melalui jalur periferal seperti penggunaan visual yang estetik, gaya bahasa yang persuasif, dan pendekatan emosional, mampu membentuk minat audiens tanpa harus melalui proses elaborasi mendalam. Dengan demikian, teori ELM terbukti relevan dan dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses pembentukan minat terhadap layanan edukasi seperti bootcamp karir melalui strategi komunikasi soft selling di media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “*Pengaruh Terpaan Konten Softselling Akun @harisenin.official terhadap Minat Mengikuti Bootcamp Karir*” serta analisis yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat mendukung pengembangan dan penyempurnaan di masa mendatang, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

Bagi akun @harisenin.official, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pesan dan pengemasan konten *softselling*, khususnya melalui penyajian foto dan video yang menarik serta informatif guna mendorong tumbuhnya minat audiens terhadap program *Bootcamp*. Selain itu, tim kreatif konten edukasi digital perlu memperhatikan elemen

frekuensi, durasi, dan atensi dalam strategi penyampaian konten, agar jangkauan serta pengaruh konten terhadap minat pengguna semakin optimal.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kualitatif seperti analisis isi atau wacana media sosial untuk memperdalam pemahaman makna dan strategi komunikasi konten *softselling* dengan menggunakan metrik seperti engagement rate atau conversion rate juga dapat melengkapi analisis kuantitatif guna mengukur dampak aktual konten terhadap audiens. Adapun dengan meneliti dengan variabel lain seperti motivasi audiens, reputasi dan kredibilitas penyelenggara *bootcamp*.