

**RESEPSI JOBSEEKER TERHADAP ADVERTISING CAMPAIGN
EDUKATIF PADA AKUN INSTAGRAM @MYSKILL.ID**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Disusun oleh:

Rosa Apriyana L

17321091

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**RESEPSI JOBSEEKER TERHADAP ADVERTISING CAMPAIGN
EDUKATIF PADA AKUN INSTAGRAM @MYSKILL.ID**

Disusun oleh:

Rosa Apriyana L

17321091

Telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi.

Tanggal:

26 Juli 2024

Dosen Pembimbing Skripsi,

Sumekar Tanjung S.Sos., M.A.

NIDN: 0514078702

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
RESEPSI JOBSEEKER TERHADAP ADVERTISING CAMPAIGN
EDUKATIF PADA AKUN INSTAGRAM @MYSKILL.ID

Disusun Oleh:
Rosa Apriyana L
17321091

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

24 Agustus 2024

Dewan Penguji:

1. Ketua : **Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.**
NIDN: **0514078702**
2. Anggota : **Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.Ikom, M.A**
NIDN: **0523098701**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D

NIDN: **0506038201**



PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Rosa Apriyana L

NIM : 17321091

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa

1. Selama menyusun skripsi saya tidak melakukan tindakan pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti menjiplak, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 26 Juli 2024

Yang menyatakan,



Rosa Apriyana L

NIM: 17321091

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al- Baqarah: 286)

“Semua berjalan tidak selaras, sampai pada akhirnya ikhlas dengan apa keputusan yang diatas”

“Orang lain ga akan paham dengan *struggle* dan masa sulit nya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan mengerti dan sangat bangga dengan apa yang telah kita perjuangkan hari ini. Goodluck dan semangat berjuang yaa!!”

“Tidak apa jika kamu salah dan tertinggal, bersujud dan berdoa lah maka sang pencipta akan turut andil membantu langkahmu”

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri- sendiri”

(Hindia)

PERSEMBAHAN

Perjalanan menuju gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom) merupakan salah satu keputusan yang paling mengubah hidup bagi saya dan tidak akan mungkin mudah tercapai tanpa bantuan dukungan dan dorongan dari individu-individu yang luar biasa.

Pertama-pertama, segala puji bagi Allah SWT karena tanpa Rahmat-Nya saya tidak akan bisa sampai hari ini. Perjalanan ini sangat sulit bagi saya tetapi Allah SWT menempatkan dalam kondisi dimana saya memiliki keyakinan penuh kepada-Nya dan perjuangan saya menjadi lebih mudah untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Diri sendiri, terima kasih telah membantu untuk selalu berusaha, selalu yakin, selalu kuat dan selalu sabar dalam melewati ujian-ujian yang kamu hadapi pada tiga tahun silam. Terima kasih karena sudah mengusahakannya dengan progress semampu dan sebaik yang kamu bisa.

Saya selamanya berhutang budi kepada Mama, Papa, Bang Abib, Bang Deri, dan Bang Kiki atas cinta dan dukungan mereka yang terus menerus tiada tara sepanjang perjalanan ini. Terus terang, perjalanan ini tentu tidak akan mampu tercapai tanpa adanya dukungan dari mereka.

Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada teman-teman saya yang telah kebersamai setiap proses yang dilalui. Saya sangat menghargai waktu, dan saran yang bijaksana dari mereka. Terima kasih telah memberikan waktu sibuk kalian demi mendengarkan keluh kesah disaat suka dan duka saya. Terima kasih telah ada.

Dan untuk semuanya yang turut memperdulikan dan merangkul saya selama proses ini, terima kasih kepada mereka yang telah membantu dan berbagi kebaikan dengan saya yang tidak dapat saya sebutkan satu pe satu. Saya ingin mengatakah bahwa saya bersyukur mempunyai kalian didalam kehidupan ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamiin, Segala puji dan syukur Penulis panjatkan bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada Penulis sehingga memungkinkan Penulis untuk mampu bertahan untuk berproses menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul '**Resepsi Jobseeker Terhadap Advertising Campaign Edukatif Pada Akun Instagram @Myskill.Id**' guna melengkapi persyaratan dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, baik dukungan moril maupun dukungan material. Oleh karena itu Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas dukungan semua pihak yang telah membantu Penulis selama proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

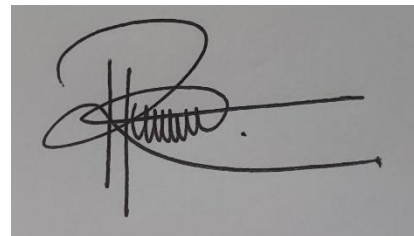
1. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si.,Ph.D selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan kepada Penulis selama proses pengerjaan skripsi.
3. Bapak Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Ratna Permata Sari, S.Ikom, M.A., dan Ibu Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.Ikom, M.A. selaku dosen pengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu Penulis untuk mengingatkan dan mendorong Penulis agar dapat menyelesaikan tugas wajib pada perkuliahan dengan baik.

5. Bapak Sarindo Lubis dan Ibu Rosmalan Hasibuan selaku orang tua Penulis atas segala doa, dukungan dan kasih sayang yang diberikan kepada Penulis secara tulus dan tanpa pamrih.
6. Segenap teman-teman Penulis di Yogyakarta dan di Jambi atas dukungan yang telah diberikan kepada Penulis selama ini.

Penulis menyadari segala keterbatasan serta kekurangan dalam penulisan tugas akhir atau skripsi yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, Penulis menerima segala kritikan maupun saran dari semua pihak yang bersifat membangun guna untuk meningkatkan kualitas. Akhir kata, Penulis berharap Penulisan Skripsi ini dapat bermanfaat dalam ranah pembelajaran dan pengembangan ilmu bagi masyarakat.

Yogyakarta, 04 Juli 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink on a light gray background. The signature is stylized, starting with a large, looped 'R' followed by a series of horizontal strokes and a long horizontal line extending to the right.

Rosa Apriyana L

DAFTAR ISI

Contents

RESEPSI <i>JOBSEEKER</i> TERHADAP <i>ADVERTISING CAMPAIGN</i> EDUKATIF PADA AKUN INSTAGRAM @MYSKILL.ID	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Masalah	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Praktis	7
2. Manfaat Teoritis	7
E. Tinjauan Pustaka	8
1. Penelitian Terdahulu	8
2. Kerangka Teori	12
a. Analisis Resepsi Stuart Hall	12
b. Advertising Campaign Edukatif	15
c. Instagram	17
F. Metode Penelitian	19
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	19
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	20
3. Teknik Pemilihan Informan Penelitian	20
4. Teknik Pengumpulan Data	22
5. Teknik Analisis Data	24
BAB II.....	26
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	26
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	26
1. Profil @Myskill.id	26

2. Struktur Organisasi @MySkill.....	32
BAB III.....	33
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Profil Informan	33
B. Temuan Penelitian	36
1. <i>Encoding</i> Konten Advertising Campaign Edukatif Pada Akun Instagram @Myskill.Id	37
2. <i>Decoding</i> Konten Advertising Campaign Edukatif Pada Akun Instagram @Myskill.Id	45
B. Pembahasan	78
1. Resepsi <i>Jobseeker</i> Yaitu <i>Followers</i> Mengenai Advertising Campaign Edukasi Pada Akun Instagram @Myskill.id	78
2. Posisi Penerimaan Khalayak Menurut Teori Resepsi Stuart Hall	83
3. Faktor- faktor yang mempengaruhi informan dalam memaknai <i>advertising campaign</i> pada akun Instagram @myskill.id.	91
BAB IV	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
C. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98

ABSTRAK

Myskill.id yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang edukasi kerja dan memiliki akun media sosial Instagram sebagai sarana dalam memberikan edukasi mengenai pengembangan skill atau kemampuan baru untuk *jobseeker*. Myskill.id menggunakan advertising campaign atau kampanye iklan sebagai strategi unggulan dalam menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi *jobseeker* yaitu *followers* mengenai *advertising campaign* edukasi yang ditampilkan pada akun instagram @myskill dan mengetahui posisi penerimaan khalayak yang menerima (*Dominant Hegemonic Position*), yang bernegosiasi (*negotiated position*), dan khalayak yang berlawanan (*oppositional position*) dengan konten-konten yang ditampilkan pada akun instagram @myskill.

Penelitian ini menggunakan paradigma pendekatan interpretif konstruktivisme dengan teknik pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu informan dipilih berdasarkan kriteria kelayakan dan proses pra wawancara informan sehingga tereduksi menjadi 4 narasumber sebagai informan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan teknik in-depth interview kepada *jobseeker* yaitu *followers* Instagram @Myskill.id. Studi analisis resepsi menggunakan teori Encoding-Decoding Stuart Hall yang mengelompokkan penerimaan audiens ke dalam tiga kategori posisi, yaitu posisi dominant hegemonic position, negotiated position, dan oppositional position. Teknik analisis data menggunakan pendekatan analisis deskriptif Miles dan Huberman.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan secara garis besar, informan menerima konten-konten @Myskill.Id sebagai bahan referensi seputaran *career preparation*. Konsep atau tema konten yang di *posting* dalam akun Instagram @Myskill.Id dinilai sangat jelas, singkat, mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak. Proses *Encoding-Decoding* Stuart Hall menjelaskan pemaknaan dari informan pada posisi Dominant menerima dan menyetujui konten *Advertising Campaign* edukasi dalam memenuhi kebutuhan informasi *career preparation*.

kata kunci: resepsi, *advertising campaign*

ABSTRACT

Myskill.id is a company that operates in the field of work education and has an Instagram social media account as a means of providing education regarding the development of new skills or abilities for jobseekers. Myskill.id uses advertising campaigns as a superior strategy for conveying a message to the public. This research aims to determine the reception of jobseekers, namely followers, regarding the educational advertising campaign displayed on the Instagram account @myskill and determine the position of acceptance by audiences who accept (Dominant Hegemonic Position), who negotiate (negotiated position), and audiences who are opposed (oppositional position) to the content. -content displayed on the @myskill Instagram account.

This study uses the paradigm of the interpretive constructivism approach. The informant retrieval technique uses a purposive sampling technique, namely informants are selected based on eligibility criteria and the informant's pre-interview process so that it is reduced to 4 sources as informants. Data collection was carried out using the interview method with an in-depth interview technique to job seekers, namely Instagram followers @Myskill.id. The reception analysis study uses Stuart Hall's Encoding-Decoding theory which groups audience acceptance into three categories of positions, namely dominant hegemonic position, negotiated position, and oppositional position. The data analysis technique uses the Miles and Huberman descriptive analysis approach.

Based on the research results, a general conclusion was obtained, the informants accepted @Myskill.Id content as reference material regarding career preparation. The concept or theme of the content posted on the Instagram account @Myskill.Id is considered very clear, short, easy to understand and understood by the public. Stuart Hall's Encoding-Decoding Process explains the meaning of informants in Dominant positions receiving and approving educational Advertising Campaign content in meeting career preparation information needs.

keyword: reception, advertising campaign

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari tentunya masyarakat memiliki kebutuhan pokok maupun sekunder yang harus tercukupi, untuk mencukupi hal tersebut normalnya harus memiliki pekerjaan. Pada dasarnya bekerja merupakan salah satu dari kebutuhan dalam kegiatan kehidupan manusia, dimana seseorang yang bekerja akan mendapatkan penghasilan yang dapat dimanfaatkan untuk mencukupi kebutuhan pokok. Menurut Andono, et al (2023) pekerjaan adalah “kegiatan yang direncanakan.” Artinya bekerja merupakan suatu kegiatan yang telah direncanakan seseorang untuk mencapai suatu tujuan tertentu, baik itu mendapatkan penghasilan, memperoleh ilmu baru, ataupun bertemu dengan orang baru. Kondisi seperti ini lah yang mengharuskan seseorang memiliki keahlian, keterampilan dan kemampuan sebagai nilai unggul dalam menghadapi persaingan dunia kerja.

Mayoritas dalam lingkungan masyarakat, seseorang yang memiliki pekerjaan akan lebih dihargai dibandingkan dengan yang tidak memiliki pekerjaan (pengangguran). Beberapa tahun silam terjadi peningkatan banyaknya pengangguran karena dampak dari adanya wabah Virus Covid-19 yang puncaknya ditahun 2022 menjadi faktor utama, seperti halnya mengalami penurunan pendapatan perusahaan sehingga berdampak pada banyaknya pengurangan tenaga kerja maupun pemberhentian sementara. Berdasarkan data BPS terdapat 4,15 juta orang (1,98%) penduduk usia kerja yang terdampak COVID-19. Terdiri dari pengangguran karena COVID-19 (0,24 juta orang); Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena COVID-19 (0,32 juta orang); sementara tidak bekerja karena COVID-19 (0,11 juta orang); dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena COVID-19 (3,48 juta orang). Hal tersebut membuat pemerintah harus mengambil tindakan dengan langkah memberi kebijakan kepada khalayak dengan menganjurkan pengurangan aktifitas diluar rumah atau mengurangi kumpul ramai. Kebijakan ini tentunya memberidampak ekonomi bagi individu maupun kelompok, seperti perusahaan

yang ikut andil membuat kebijakan peraturan untuk mempertahankan bisnis seperti terpaksa menutup usaha sementara waktu atau tidak dapat beroperasi hingga bahkan sampai memutuskan karyawan secara sepihak untuk bertahan dari keterpurukan situasi dan ekonomi dalam masa Covid-19.

Seiring dengan kondisi yang kembali normal dari masa pengalihan new normal berbagai bidang sudah mulai beraktivitas dan terus membaik serta mencatatkan pertumbuhan positif. Hal ini sebanding dengan banyaknya para pencari kerja (*jobseeker*) yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pekerjaan kembali maupun yang baru mulai berkerja (*fresh graduated*). Berdasarkan data BPS (2024) Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2024 sebesar 4,82%, turun sebesar 0,63% poin dibanding pada Februari 2023. Sedangkan Persentase setengah pengangguran pada Februari 2024 naik sebesar 1,61% poin, sementara pekerja paruh waktu turun sebesar 0,73% poin dibandingkan pada Februari 2023. Hal ini bisa terjadi dikarenakan data lapangan usaha yang mengalami peningkatan terbesar adalah Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum sebesar 0,96 juta orang. Selain itu berbagai perusahaan sudah kembali secara bertahap menjalankan aktivitasnya sehingga sangat membutuhkan ketersediaan SDM. Oleh karena itu banyak perusahaan melakukan *recruitment* kembali walaupun dengan prosedur kesehatan yang sangat ketat.

Dengan perkembangan di era digital saat ini banyak perusahaan melakukan penyebaran informasi lowongan pekerjaan melalui *job board*, *social media* maupun *career site* dengan mencantumkan informasi kandidat yang dibutuhkan seperti *job title*, *job description*, gaji, lokasi kerja, *benefit* dan persyaratan lamaran kerja lainnya. Dalam dunia *jobseeker* terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam berupaya mendapat suatu pekerjaan, yang mana salah satunya dengan meningkatkan *networking* yang lebih luas, memiliki kemampuan komunikasi yang cukup, dan memiliki skill. Jika tidak mempunyai ketiga hal tersebut, perusahaan akan mempertimbangkan kembali untuk merekrut *jobseeker* sebagai sebagian keluarga dari perusahaan karena banyaknya pesaing yang turut mengincar keberadaan mereka di perusahaan yang sama dengan yang *jobseeker* lainnya inginkan. Platform media sosial yang memberikan informasi lini terkait dengan dunia kerja, salah satunya adalah

platform yang bergerak dalam bidang edukasi pekerjaan. Platform ini banyak sekali memberikan informasi, misalkan adanya pelatihan gratis maupun berbayar, trik dan tips menghadapi tahapan seleksi kerja, dan lainnya. Selain itu juga menampilkan berbagai *upgrade skill* yang dapat dimanfaatkan bagi yang sudah berkerja untuk menambahkan point positif untuk perkembangan karir kedepannya.

Salah satu platform yang bergerak dibidang edukasi kerja adalah akun Instagram @Myskill.id yang merupakan sebuah akun pada media sosial instagram yang memberikan edukasi mengenai pengembangan skill atau kemampuan baru untuk *jobseeker*. Dalam promosinya Myskill.id melakukan *advertising campaign* atau kampanye iklan, dimana *Advertising campaign* merupakan bagian dari *Integrated Marketing Communication* (IMC). *Advertising campaign* berbentuk kegiatan komunikasi yang berpusat pada suatu ide atau tema khusus dan memiliki rentang waktu tertentu (Shinta, 2020). Elemen promosi pada IMC terbagi atas (1) *soft sell* (berupa *advertising*, *public relation*, dan CSR) dan (2) *hard sell* (berupa *personal selling*, *direct marketing*, dan *sales promotion*). *Advertising campaign* atau kampanye iklan merupakan tindakan spesifik yang dirancang untuk mengiklankan sebuah produk, jasa maupun aktifitas politikus dengan menggunakan seorang individu maupun sekelompok anggota yang profesional baik dari kalangan artis, model maupun konsultan politik yang dipilih secara hati-hati. Kemudian dipublikasikan dalam media sosial supaya dapat menjangkau follower agar berdampak dan memberikan pengaruh terhadap hasil. Adapun penggunaan tema kampanye iklan tersebut harus berbentuk ide kuat yang mana pesan dapat disampaikan serta diterima oleh khalayak.

Myskill.id menggunakan *advertising campaign* atau kampanye iklan sebagai strategi unggulan mereka dalam menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak. Salah satunya menggunakan hastag #Learnatmyskill dengan menyematkan bingkai Twibbonize; #RintisKaririmpian; #bootcampmyskill; #promo1212; #DEALSember. Hastag #DEALsemprom1212 yaitu program *bootcamp human capital* untuk beberapa program pelatihan tertentu dengan harga yang cukup memuaskan yaitu potongan Up to 50%. Para peserta akan

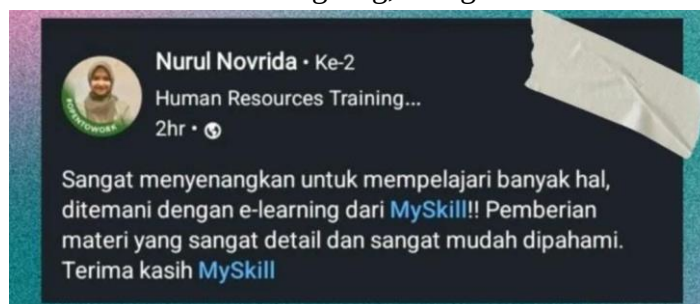
mendapatkan keterampilan yang sesuai program yang diadakan. Kemudian Myskill.id mengadakan program #DEAL Sember yaitu program *upgrade skill* yang diadakan dengan hanya membayar Rp.10.000 perbulannya.

Seringkali Myskill.id membuat konten yang menarik dengan mengadakan *give away* agar mendorong setiap *followers* untuk ikut serta dalam kegiatan dengan mendapatkan program *upgrade skill* gratis untuk program-program yang sudah ditentukan. Myskill.id juga mengenalkan setiap tutor-tutor yang *expert* kepada *followers* sebagai *branding* bahwasanya tutor yang di sediakan merupakan tutor yang berpengalaman dari berbagai bidang dan perusahaan *bonafit*, sehingga akan menarik *followers* untuk ikut bergabung. Dengan pengetahuan dan praktik yang didapatkan pada bootcamp, para peserta bisa menambah pengalaman dan portofolio sebelum mencari pekerjaan maupun melanjutkan pendidikan.

Beberapa review dari pra narasumber dalam penelitian ini memberikan beberapa review terkait dengan manfaat yang dirasakan dari *user* di “Instagram”. Salah satunya kutipan dari narasumber dengan akun IG @elianarsydh yang memberikan kutipan seperti:

“IG @elianarsydh: sebagai seorang konten creator ilmu yang diperoleh dari program @myskill *copy writing*, ya sangat bermanfaat sekali ilmu yang diperoleh sehingga banyak membangun kepercayaan diri saya terhadap klien yang saya handel”

Disamping itu narasumber dengan akun IG @Nurul_Nov dan IG @irenickefi memberikan review langsung, sebagai berikut:



“Nurul Novrida: Sangat menyenangkan untuk mempelajari banyak hal, ditemani dengan e-learning dari Myskill.id!!!Pemberian materi yang sangat detail dan sangat mudah dipahami. Terimakasih

Myskill!!”



“@irenickefi: Seneng banget kemarin habis join shortclassnya @myskill.id dan aku udah *figured out how to be a copywriter* by kak Veronica yang jelasinnya tuh sungguh jelas dan asik banget, makasihh buat kakak² myskill dan kak Vero semoga sehat selalu!!”

Banyak narasumber yang dipilih dalam penelitian ini akan tetapi tidak semua pilihan narasumber berkenan untuk lebih lanjut ketahap pendalaman wawancara sehingga ada beberapa narasumber yang tidak dilanjutkan. Akan tetapi berkenan memberikan *review* terkait dengan manfaat dari adanya akun Instagram Myskill.id. Berdasarkan informasi beberapa reviewer yang diperoleh dari balasan *comment Instagram* dapat disimpulkan adanya Myskill.id sangat bermanfaat bagi penggunaanya untuk memperoleh bekal melamar pekerjaan, bekal untuk *upgrade skill* dan sebagai wadah untuk mengembangkan diri menjadi lebih baik di era digital saat ini. Menurut Amelia (2023) Interpretasi khalayak menunjukan hasil yang *dominan hegemoni*, artinya khalayak bisa seutuhnya menerima pesan yang disampaikan dalam konten edukasi karir tersebut, karena konten edukasi ini bisa mengedukasi serta memberi pengetahuan baru kepada khalayak, dilihat dari konten yang dibalut dengan ringan dan menarik menjadikan khalayak mudah memahami pesan dari konten tersebut. Menurut Cahyani (2023) Informan pada posisi dominan dapat seutuhnya menerima pesan edukasi yang disampaikan pada *konten public speaking @daffaspeaks* karena konten tersebut dapat memberikan ilmu bermanfaat dan mengajari seputar public speaking untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjelaskan bahwasanya konten-konten edukasi dalam media social *Intagram* memberikan dampak positif dan menjadi wadah untuk mengembangkan diri. Myskill.id juga menyediakan program mentoring

untuk pembekelan sampai diterima kerja serta *corporate service* untuk perusahaan-perusahaan dalam Monitor KPI *Performance* dan *Upskilling* Karyawan. Jika dilihat setiap harinya *followers Instagram Myskill.id* selalu mengalami peningkatan sehingga dapat disimpulkan biasanya konten edukasi lebih banyak atau lebih diminati secara digital saat ini. Hal ini bisa saja karena tidak terbatas ruang maupun waktu, dimana semua bisa *sharing* kapanpun dan dimanapun. Bahkan *jobseeker* yang mengikuti pelatihan cukup untuk bergabung grup yang telah ditentukan oleh para mentor Myskill.id sehingga baik berada diluar maupun di dalam negeri-pun semua bisa mengikuti.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti ingin mengetahui resepsi *jobseeker* ataupun pengguna mengenai *advertising campaign* edukasi Myskill.id dapat banyak diminati dan efektif dalam membantu *jobseeker* dalam mencari pekerjaan, menambah kemampuan dan keterampilan, serta dapat mengembangkan SDM perusahaan untuk jauh lebih baik dengan *upgrade skill* disetiap SDM. Diharapkan menjadi sebuah solusi untuk mencegah lulusan atau *fresh graduate* dalam mencari pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan atau skill yang dimilikinya, dan juga membantu user agar lebih efektif dalam menggunakan metode-metode terbaru saat ini.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil topik yang mengulas tentang resepsi *jobseeker* terhadap *advertising campaign* pada akun instagram @myskill. Dengan bertujuan untuk melihat tanggapan dari *jobseeker* terkait dengan konten-konten yang di unggah pada platform instagram mengenai pengembangan skill melalui *E-Learning*, *BootCamp*, *Mentoring* maupun *Corporate Service* bagi perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan SDM yang dimiliki. Oleh karena itu dengan adanya konten-konten edukasi tersebut apakah dapat dimanfaatkan oleh *jobseeker*, dapat menarik minat *jobseeker*, dan dapat membantu *jobseeker* dalam memperoleh pekerjaan. Disamping itu, membuka jalan *jobseeker* untuk menambah pengetahuan dan wawasan, Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana resepsi *jobseeker* yaitu *followers* mengenai *advertising campaign*

edukasi yang ditampilkan pada akun instagram @myskill?

2. Bagaimana posisi penerimaan khalayak yang menerima (*Dominant Hegemonic Position*), yang bernegosiasi (*negotiated position*), dan khalayak yang berlawanan (*oppositional position*) dengan konten-konten yang ditampilkan pada akun instagram @myskill?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan beberapa rumusan masalah di atas, terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui resepsi *jobseeker* yaitu *followers* mengenai *advertising campaign* edukasi yang ditampilkan pada akun instagram @myskill
2. Mengetahui posisi penerimaan khalayak yang menerima (*Dominant Hegemonic Position*), yang bernegosiasi (*negotiated position*), dan khalayak yang berlawanan (*oppositional position*) dengan konten-konten yang ditampilkan pada akun instagram @myskill

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana *jobseekers* dapat memahami suatu informasi dalam media social Instagram dengan berbagai kebutuhan yang berbeda dan latar belakang serta memberikan arahan bagi khalayak untuk memperoleh informasi terkait dengan konten edukasi yang kredibel. Selain itu menjadi generasi yang kritis terhadap pesan dalam konten media sosial yang benar-benar bermanfaat atau tidak, disamping itu dapat memberikan wawasan kepada orang lain terkait dengan konten-konten edukasi seperti @myskill.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran terkait penggunaan analisis resepsi dalam mengkaji suatu penelitian, terutama dalam bidang ilmu komunikasi. Penelitian juga

diharapkan dapat dijadikan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya terkait penggunaan analisis resepsi terkait *advertising campaign* edukasi dalam media sosial lainnya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dibagi pada beberapa kategori dalam satu kata kunci dan variabel serupa yang pernah diteliti, maka dari itu penelitian terdahulu sering menjadi acuan peneliti dalam proses melakukan penelitian. Dalam penulisan penelitian terdahulu ini peneliti menemukan tinjauan penelitian skripsi yang telah terdaftar dan tentunya bersangkutan dengan peneliti yang akan dilakukan. Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti.

Penelitian pertama berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Tiktok @VMuliana Sebagai Upaya Motivasi Dalam Mengejar Karir (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Keluarga Mahasiswa Pelajar Pati Yogyakarta)” yang ditulis oleh Nur Afriliani Meliana diambil dari sumber Skripsi Universitas Islam Sunan Kalijaga pada tahun 2023. Skripsi ini membahas mengenai ketertarikan peneliti terhadap bagaimana khalayak memaknai isi pesan pada konten-konten yang dibuat pada akun tiktok @vmuliana sebagai upaya motivasi dalam mengejar karier.

Dalam penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall untuk melihat cara khalayak dalam menerima dan memahami pada proses pemaknaan pesan (*decoding*). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara umum keenam informan menerima sepenuhnya konten yang diunggah pada akun tersebut. Penonton paham bahwa akun ini banyak memberikan informasi seputar dunia kerja dan juga tips-tips. Selain itu, mereka juga semakin termotivasi untuk mengejar karir impian setelah mengikuti akun tersebut.

Kemudian, pada penelitian kedua berupa skripsi yang berjudul

“Analisis Resepsi Penonton Pada Konten Edukasi Mengenai Karir Pada Akun Tiktok Vina Muliana” yang ditulis oleh Meta Amelia diambil dari sumber Skripsi Universitas Mercu Buana Jakarta pada tahun 2023. Penelitian ini membahas tentang bagaimana penonton dapat menganalisis, menerima dan memaknai konten edukasi karir yang diberikan dalam akun tiktok Vina Muliana @vmuliana. Berlandaskan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, peneliti menggunakan analisis resepsi sebagai metode penelitian dengan melihat pemaknaan *encoding* dan *decoding*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak yang melihat konten edukasi mengenai karier pada tiktok Vina Muliana bisa memberikan pesan yang positif dan mengedukasi bagi khalayak. Dan terlihat interpretasi khalayak menunjukkan hasil yang *dominan hegemoni*, artinya khalayak bisa seutuhnya menerima pesan yang disampaikan dalam konten edukasi karir tersebut. Karena konten edukasi ini bisa mengedukasi serta memberi pengetahuan baru kepada khalayak, dilihat dari konten yang dibalut dengan ringan dan menarik menjadikan khalayak mudah memahami pesan dari konten tersebut. Interpretasi negosiasi ditunjukkan khalayak dalam penelitian, dimana khalayak menikmati konten edukasi tetapi ada hal yang kurang dipahami dalam pembahasan materi konten edukasi tertentu. Dan dalam penelitian ini ditemukan interpretasi oposisi, hal tersebut ditujukan karena khalayak lebih menyukai konten *productivity* dibandingkan konten edukasi mengenai karir pada akun tiktok Vina Muliana.

Penelitian ketiga berupa skripsi yang berjudul “Interpretasi Khalayak Remaja Terhadap Konten Edukasi *Public Speaking* (Analisis Resepsi pada akun tiktok @daffspeaks periode Januari-Mei 2023) yang ditulis oleh Nafa Ardhita Cahyani diambil dari sumber Skripsi Universitas Mercu Buana Jakarta pada tahun 2023. Mengetahui interpretasi khalayak remaja dalam memaknai konten edukasi *public speaking* @daffspeaks merupakan ketertarikan tujuan utama peneliti dalam penelitiannya. Pengkajian penelitian didukung teori *Encoding- Decoding* Stuart Hall untuk melihat pemaknaan penekanan pada peran khalayak dalam menerima pesan berdasarkan posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi dan menggunakan paradigma konstruktivis. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap informan memiliki pemaknaan yang berbeda sesuai dengan latar belakang yang dimiliki dan melihat konten edukasi *public speaking* pada akun tiktok @daffaspeaks dapat memberikan pesan edukasi yang positif. Informan pada posisi dominan dapat sepenuhnya menerima pesan edukasi yang disampaikan pada konten tiktok @daffaspeaks karena konten tersebut dapat memberikan ilmu bermanfaat dan mengajari seputar *public speaking* untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, penelitian keempat yang berkaitan berupa jurnal mengenai “Analisis Resepsi Edukasi Keuangan Dalam Akun Tiktok @Raymondchins (Studi pada Mahasiswa Sulawesi Selatan di Yogyakarta)” yang disusun oleh Akhsan Hidayat, Akhmad Rifai, dan Suryani Musi diambil dari sumber Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media pada tahun 2023. Penelitian ini berfokus pada pemberian pemahaman bagi khalayak tentang bagaimana investasi dan keuangan yang dibahas dalam akun tiktok @Raymondchins. Dalam penelitian ini menggunakan metode penerimaan resepsi teoritis dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif agar dapat mengerti bagaimana fenomena khalayak dan social dengan membuat sketsa komprehensif dan kompleks. Penelitian ini menghasilkan ternyata edukasi keuangan sangatlah penting untuk diketahui terutama bagi mahasiswa, karena belajar tentang keuangan kita dapat memahami tentang bagaimana cara mendapatkan uang dan bagaimana cara mengatur keuangan.

Penelitian kelima berupa skripsi yang berjudul “Analisis Resepsi Audiens Tentang Akun TikTok @codebluuuu (Review Kuliner Pada Restoran Bintang 5)” yang disusun oleh Natasha Izza Azkia dan Yudiana Indriastuti diambil dari sumber Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan pada tahun 2024. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi analisis resepsi dan teori Encoding-Decoding Stuart Hall yang mengelompokkan penerimaan audiens ke dalam tiga kategori posisi, yaitu posisi *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini, dapat

disimpulkan bahwa pemaknaan setiap individu mengenai konten review negatif kuliner restoran dan hotel mewah bintang 5 akun TikTok @codebluuuu berbeda-beda sesuai dengan pengalaman dan referensi setiap individu. Analisis resepsi dalam penelitian ini melihat bagaimana generasi Z sebagai khalayak aktif dengan bermacam-macam pemaknaan yang berbeda. Generasi Z sebagai khalayak aktif, memaknai isi pesan media secara berbeda-beda sesuai dengan latar belakang yang berbeda. Sehingga dalam penelitian ini, terdapat penggolongan 3 kategori posisi dari ketujuh informan yaitu informan 1, 3, dan 6 berada di dominant hegemonic position; informan 2 dan 7 berada di negotiated position; dan informan 4 dan 5 berada di oppositional position.

Penelitian keenam berupa skripsi yang berjudul “Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Konten Lina Mukherjee Makan Babi Diawali Bacaan Bismillah Pada Akun Tiktok @lilumukerji” yang disusun oleh Cindy Prastia Putrid dan Heidy Arviani diambil dari sumber Reslaj: *Religion Education Social Laa Roiba Journal* pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penerimaan khalayak. Wawancara mendalam dan dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Dari hasil dan pembahasan yang didapatkan oleh peneliti dari hasil analisis data masing-masing informan yaitu penerimaan mahasiswa Surabaya terhadap konten Lina Mukherjee “Makan Babi Baca Bismillah” dalam kebebasan berekspresi di akun TikTok pribadinya @lilumukerji dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu negotiated position, dan oppositional position. ketujuhinforman dalam memaknai kebebasan berekspresi pada konten Lina Mukherjee “Makan Babi Baca Bismillah” tidak selalu sama. Terdapat pertimbangan pada setiap pemaknaannya dan terkadang berbeda dengan pemaknaan dari pembuat pesan. Hal tersebut dipengaruhi dengan adanya frame of reference danfield of experience dari masing-masing informan. Pertama, terdapat 4 mahasiswa Surabaya yang masuk dalam kategori *negotiated position* terhadap konten Lina Mukherjee “Makan Babi Baca Bismillah” di akun TikTok pribadinya @lilumukerji.

Dalam negotiated position sendiri mahasiswa Surabaya ini dapat menerima konten Lina Mukherjee “Makan Babi Baca Bismillah” dalam kebebasan berekspresi namun tidak dengan makna yang dibangun dalam konten tersebut. Kedua, terdapat 3 mahasiswa Surabaya yang masuk dalam kategori *oppositional position* terhadap konten Lina Mukherjee. Dalam *oppositional position* ini mahasiswa Surabaya dengan sepenuhnya menolak konten Lina Mukherjee “Makan Babi Baca Bismillah” dalam kebebasan berekspresi.

2. Kerangka Teori

a. Analisis Resepsi Stuart Hall

Analisis resepsi merupakan metode yang mendeskripsikan pemaknaan followers terhadap teks dalam media berupa koran, majalah maupun produk visual dan produk audiovisual. Secara etimologi kata “resepsi” berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*reception*” dan dari Bahasa Latin “*recipere*” artinya adalah suatu penerimaan terhadap pembaca. Disimpulkan bahwasanya resepsi secara etimologi sebagai kajian ilmu estetika dengan landasan efek atau timbal balik khalayak pada suatu pesan.

Menurut Sihombing dan Rakhmad (2019) resepsi merupakan audiens yang aktif mengonsumsi media untuk menginterpretasikan suatu pesan baik verbal ataupun nonverbal dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dimilikinya, dimana audiens dapat membandingkan pesan yang ada di media dengan makna yang diterima. Sedangkan menurut Hamzah (2019) resepsi merupakan aliran yang memiliki teks dengan bertitik tolak kepada pembaca dengan memberikan reaksi atau tanggapan terhadap teks tersebut.

Pujarama dan Yustisia (2020) Analisis resepsi merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mendeskripsikan pemaknaan khalayak terhadap teks media. Teks disini dimaknai bukan hanya tulisan namun juga berupa produk visual dan audio visual. Resepsi berbicara tentang dimana audiens membentuk suatu makna ketika mengonsumsi sebuah tayangan dengan bertujuan untuk memahami proses yang dibangun dalam sebuah

video atau konten, Sari dan Abdullah (2022).

Dapat disimpulkan analisis resepsi sebuah teks media yang mendapatkan pemaknaan saat penerimaan, dimana khalayak secara produktif akan memproduksi makna tersebut dengan menerima dan menginterpretasikan teks tersebut sesuai dengan posisi dan budaya masing-masing penerima. Menurut Primasari (2016) bagian penting dari resepsi dalam penelitian khalayak yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Teks media yang dibaca adalah bagian penting dari resepsi. Melalui teks tersebut, akan memicu timbulnya penerimaan dari khalayak, yang dari penerimaan tersebut bisa membentuk suatu opini, penilaian, pendapat, dan pandangan khalayak itu sendiri.
- 2) Proses penggunaan media akan menjadi inti dari tujuan resepsi yang tidak lain adalah untuk melihat bagaimana penerimaan dari teks yang telah dibaca.
- 3) Penggunaan media sangat bersifat situasional yang spesifik dan memiliki orientasi tugas sosial dalam rangka penciptaan interpretasi bagi khalayak.
- 4) Khalayak Media pada dasarnya berasal dari latar belakang tertentu dan berbeda. Mereka juga memiliki pengalaman serta pengetahuan yang berbeda. Sehingga dalam melakukan interpretasi suatu teks pada media pun akan berbeda juga.
- 5) Pada dasarnya khalayak bisa menciptakan sebuah makna tertentu dan mampu melakukan penerimaan sesuai dengan pengalaman, maupun pengetahuannya. Meskipun teks yang diterima adalah sama, namun akan sangat mungkin menghasilkan pemaknaan yang berbeda.
- 6) Metode yang digunakan dalam proses resepsi tentu harus bersifat kualitatif dan mendalam, yang mampu melihat isi, resepsi (penerimaan) dan konteks secara bersamaan dalam sebuah frame yang sama.

Model dari teori analisis resepsi mengacu pada proses *encoding-decoding* yang menjelaskan bagaimana khalayak melakukan tahapan pengkodean (*encoded*) yang nantinya akan diartikan dengan makna yang berbeda-beda oleh audiens (*decoded*). Menurut Pujarama dan Yustisia

(2020) proses *encoding* menjelaskan tahapan yang terjadi dari sisi media, diproses ini terdapat bagian penting yaitu media memastikan pesan yang disampaikan memiliki makna yang spesifik dan dapat diterima oleh khalayak. *Encoding* merujuk pada proses produksi teks media yang meliputi aktivitas media membuat pesan komunikasi. Proses *decoding* merujuk pada proses penerjemahan kode-kode dari media oleh khalayak untuk menemukan makna dari teks. Pemaknaan pesan bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup dari followers . Pemaknaan dan interpretasi makna di sisi followers berbeda-beda antara satu followers dengan followers lainnya. Perbedaan karakter dan konteks sosial budaya followers mempengaruhi pemaknaan teks media maka perbedaan interpretasi dari followers bahwa makna bersifat cair.

Menurut Hall dalam Morissan (2021); Pujarama dan Yustisia, (2020) mengkategorikan proses decoding atau pemaknaan isi pesan dalam media oleh khalayak ke dalam tiga posisi, yakni diantaranya:

- 1) Posisi Dominasi (*dominant hegemonic position*) Hall menjelaskan posisi dominasi adalah posisi dimana media menyampaikan pesan dan khalayak menerimanya. Dalam posisi ini media menyampaikan pesan yang sesuai dengan budaya khalayak, dengan kata lain media dan khalayak sama-sama menggunakan cara pandang dari budaya yang berlaku.
- 2) Posisi Negosiasi (*negotiated position*) Posisi ini secara umum khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media namun menolak penerapan di beberapa kasus tertentu. Khalayak memahami apa yang disampaikan oleh media, namun tidak seluruhnya dimaknai secara sama.
- 3) Posisi Oposisi (*oppositional position*) Berkebalikan dengan posisi yang lain, di posisi oposisi ini khalayak menolak pesan yang disampaikan oleh media, mereka cenderung membuat pemaknaan tersendiri terhadap pesan yang disampaikan oleh media sesuai dengan sosio kultural dan pengetahuan mereka masing-masing. Dengan kata lain audien menolak pesan media karena berbeda dengan nilai yang dianut.

Pada dasarnya teori resepsi merupakan sebuah tanggapan dari followers ketika membaca berupa teks. Point utama dari analisis resepsi adalah perubahan tanggapan, interpretasi dan evaluasi pembaca umum terhadap suatu teks. Dengan adanya argumen, interpretasi dan evaluasi tidak ditentukan oleh sifat alami teks dan kebaikannya oleh pengarang, tetapi bisa juga ditentukan oleh karakter si penerima.

b. Advertising Campaign Edukatif

Sosial media advertising merupakan suatu sarana maupun proses kegiatan periklanan atau promosi ide, barang, atau jasa yang cenderung lebih berfokus pada sosial media untuk menginformasikan produk agar mudah menarik perhatian calon konsumen. Hal ini dapat disampaikan bahwa *Advertising* merupakan sebuah cara memperkenalkan produk guna mendapat perhatian para konsumen agar produk mereka dapat dikenal dan dikonsumsi.

Menurut Morissan (2021) *Advertising* (iklan) akan menjadi efektif apabila orang yang menyampaikan pesan tersebut adalah seseorang yang dikenal oleh masyarakat, seperti aktor, selebritis, model, atlet, dan tokoh masyarakat lainnya. Dapat dimengerti secara mudah bahwa *advertising* merupakan segala hal yang berbentuk presentasi *nonpersonal* dan mempromosikan ide atau layanan berbayar.

Belch, et al (2019) Iklan didefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi nonpersonal yang dibayar oleh perusahaan meliputi informasi, produk layanan, atau ide oleh sponsor. Sebagian besar iklan termasuk rangkaian pesan yang berbentuk kampanye iklan (*advertising campaign*) yang dimana didalamnya terdapat perencanaan iklan yang terdiri dari serangkaian pesan diberbagai media dan berfokus pada satu ide atau tema yang dimana dari hal tersebut kampanye iklan yang populer dan menarik konsumen dapat membantu menghasilkan penjualan, kampanye iklan saat ini dipersiapkan agar meningkatkan kesadaran dan meningkatkan citra produk.

Aktivitas kampanye (*campaign*) dalam komunikasi terdapat 4 hal

yaitu untuk menciptakan dampak tertentu, adanya sasaran khalayak yang besar, memiliki kurun waktu tertentu serta melalui proses tindakan komunikasi yang teroganisir. Menurut *Belch, et al (2019)* kampanye iklan (*Advertising Campaign*) yang menarik perhatian konsumen dapat membantu dalam meningkatnya keuntungan dan citra merek dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan kampanye iklan (*Advertising Campaign*) merupakan tindakan yang dirancang untuk mempromosikan sebuah aktifitas yang melibatkan sekelompok orang yang professional dan kemudian dipublikasikan melalui media yang berkembang saat itu. Tujuan dari kampanye iklan ini untuk menarik khalayak untuk ikut serta dalam program-program yang diiklankan dalam suatu media baik dibidang jasa maupun non jasa. Sama halnya dengan konten yang disajikan untuk promosikan jasa terkait edukasi, dimana program-program yang diiklankan seperti *e-learning*, informasi diskon paket belajar, dan lainnya. Oleh karena itu dalam pembuatan kampanye iklan khususnya dalam bidang jasa, yang mana produk yang dipasarkan tidak berbentuk fisik maka hal utama yang harus ditekankan adalah isi dari konten tersebut bagaimana dapat menarik khalayak bahwasanya jasa pelayanan ini berkredibel dan dapat dipercaya.

Rosady Ruslan (2019) terdapat beberapa jenis program kampanye yaitu sebagai berikut.

1) *Product-Oriented Campaigns*.

Kegiatan dalam kampanye berorientasi pada produk, dan biasanya dilakukan dalam kegiatan komersil kampanye promosi pemasaran suatu peluncuran produk yang baru.

2) *Candidate-Oriented Campaigns*

Kegiatan kampanye yang berorientasi bagi calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik (*political campaign*).

3) *Ideological or Cause-Oriented Camapiagns*

Jenis kampanye ini berorientasi yang bertujuan bersifat khusus dan berdimensi perubahan social (*social change campaigns*), misalnya

kampanye pelestarian lingkungan alam dan hidup, kampanye antinarkoba, dan sebagainya.

Dalam kampanye iklan (*Advertising Campaign*) berbasis edukasi memasukan 2 jenis didalamnya yaitu *Product-Oriented Campaigns* dan *Ideological or Cause-Oriented Campaigns*. Dimana pada jenis *Product-Oriented Campaigns* kampanye iklan berorientasi pada kegiatan pemasaran yang bersifat komersial dalam penjualan jasa. Jasa edukasi seperti program pelatihan, *E-Learning*, program *upgrade jobs Skill*, dan lainnya. Kemudian jenis *Ideological or Cause-Oriented Campaign* dimana jenis yang memberikan pengetahuan dan pengalaman akan bidang tertentu sehingga akan berdampak pada adanya perubahan. Seperti informasi terkait dengan trik cara menghadapi wawancara, informasi mahir *public speaking*, informasi terkait dengan *jobseeker*, dan skill yang harus dikuasai ketika bekerja.

Menurut Belch, et al (2019) mengembangkan kampanye iklan yang efektif dibutuhkan ide kreatif, juru bicara yang komunikatif dalam penyampaian pesan, dan tampilan yang menarik. Selain itu juga perlu mengetahui bagaimana masing-masing kampanye dapat mempengaruhi respon.

c. Instagram

Instagram pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Nama Instagram menurut mereka adalah gabungan kata "insta" berasal dari kata "instan". Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram". artinya Instagram sebuah media yang dapat mengunggah foto yang memiliki makna informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Instagram dapat diinstal pada beragam sistem operasi ponsel pintar mulai dari Apple App Store, Google Play dan Windows Phone Store.

Perkembangan Instagram sangat meningkat signifikan dimana 1 bulan setelah peluncuran memperoleh kurang lebih 1 juta pengguna, dimana setiap tahunnya aplikasi sosial media tersebut terus meningkat.

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dari kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan filter-filter yang tersedia, dapat mengubah warna foto dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto dengan *follow*, *like*, *comment* yang menjadikan instagram semakin banyak penggunanya. Namun tujuan dibuatnya instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda.

Menurut Hafidz, et al (2022) Instagram adalah sebuah aplikasi dari aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai jejaring social maupun Instagram pribadi. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Ghazali, 2016). Terdapat 5 menu utama pokok yang ada di Instagram, yaitu:

- 1) Home Page, adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.
- 2) Comments, adalah fitur dimana pengguna dapat mengomentari setiap unggahan yang diposting oleh pengguna lain pada platform instagram.
- 3) Explore, merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.
- 4) Profil, dimana pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi, baik itu dari pengguna maupun pengguna lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah

follower dan jumlah following.

- 5) News Feed, merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Dengan kehadiran Instagram tentunya melahirkan bibit-bibit konten kreator yang beragam baik konten creator perseorangan maupun perusahaan. Konten yang dibuat dapat berbagai jenis mulai dari kreasi, kreatif hingga edukatif, masing-masing konten kreator berhak memilih dan menentukan akan menjalankan atau membuat konten apa saja yang tentunya mempunyai manfaat bagi masyarakat, seperti konten dari Myskill.id yang mengusut tema advertising campaign edukatif guna memberikan informasi kepada masyarakat untuk membantu dalam mengasah skill agar mendapatkan hasil akhir yang maksimal karena telah berupaya untuk meningkatkan perekonomian dengan cara melakukan pencarian pekerjaan. Konten-konten yang diberikanpun tentu memberikan informasi edukasi terkait konten tips dan trik hingga penawaran penyediaan berbagai topik kursus yang tentunya dibutuhkan dalam tahap pencarian kerja maupun dalam lingkup pekerjaan

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan pendekatan interpretif konstruktivis. Menurut Mertens (2010) interpretif konstruktivis yang dimana khalayak berusaha mengembangkan makna-makna tergantung pada pandangan individu berdasarkan pengalaman terhadap suatu objek tertentu. Paradigma konstruktivis berusaha

menekankan pada realitas yang dibentuk dan diartikan secara berbeda oleh khalayak. Peneliti memilih paradigma pendekatan ini untuk mengetahui bagaimana pandangan informan terhadap suatu obyek yaitu *Advertasing Campaign edukatif* pada akun Intagram @Myskill.id, di mana perbedaan latar belakang atau kebudayaan *followers* memengaruhi pemaknaan terhadap objek yang akan diteliti.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan mulai dilaksanakan di bulan Februari 2024. Penelitian dilaksanakan secara daring dengan menggunakan media video *conference* seperti Google Meet. Lokasi dan waktu penelitian dapat berpindah satu kota dengan kota lainnya tergantung dengan ketersediaan informan.

3. Teknik Pemilihan Informan Penelitian

Adapun teknik pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana pemilihan sampel tersebut dilakukan dengan pertimbangan kriteria tertentu. Dengan mengamati kriteria tertentu umumnya disesuaikan dari tujuan penelitian, sehingga sampel atau informan yang dipilih memiliki karakteristik tertentu yang relevan. Hal ini untuk memudahkan peneliti dalam menjawab fenomena yang sedang diteliti (Sugiyono, 2021). Informan dalam penelitian ini adalah *jobseeker* yaitu *followers* akun Instagram @Myskill.id. Agar berproses dengan sejalan, peneliti membutuhkan *jobseeker* sebagai informan terutama yang mengikuti atau yang pernah menikmati edukasi yang diberikan dalam akun Instagram @Myskill.id. Adapun kriteria subjek sebagai informan yang menjadi pertimbangannya adalah sebagai berikut:

- 1) Informan merupakan pengguna Instagram aktif, hal ini dikarenakan kampanye @Myskill.id menggunakan platform Instagram sebagai media kampanye.
- 2) Informan pernah mengikuti salah satu program-program yang diselenggarakan @Myskill.id dalam kurun waktu 1 tahun.

3) Informan berusia 18- 26 tahun, dengan pertimbangan bahwa kelompok usia tersebut sedang berada pada tahap eksplorasi dalam mencari informasi seputar *career preparation*.

Berdasarkan kriteria subyek informan yang menjadi pertimbangan dipilih dari *followers* Instagram @Myskill.id adalah *followers* yang mana memiliki durasi lebih sering melakukan #tag di akun Instagram @Myskill.id, sehingga terpilih 8 narasumber sebagai kandidat informan dalam penelitian ini. Proses tahap adalah melakukan komunikasi melalui *direct messages* dengan alur pengenalan diri dan mengetahui identitas serta pengalamn awal menjadi *followers* @Myskill.id. berdasarkan kiriman *direct messages* dari 8 narasumber hanya ada 6 yang melakukan memberikan *feedback*. *Direct messages* terkait dengan tujuan dan maksud saya memperkenalkan diri. Dari 6 narasumber bersedia memberikan review dan informasi terkait dengan pengalaman @Myskill.id yang mana mayoritas sudah pernah mengikuti salah satu program yang di adakan di @Myskill.id. Akan tetapi selama proses penelitian berlangsung yang benar-benar bersedia menjadi informan adalah 4 narasumber yang bersedia meluangkan waktu untuk proses lanjutan dilakukan wawancara lebih mendalam terkait dengan akun Instagram @Myskill.id.

Tabel 1.1 Profil Informan

Nama Informan	Pendidikan dan Pekerjaan	Asal Daerah	Pertama Kali Mengetahui Akun Instagram @Myskill.id
Nur Eliana Rosyadah	S1 Bahasa dan Sastra Indonesia, di Universitas Airlangga dan Bekerja sebagai Konten Kreator & Konten Spesialist	Surabaya	Muncul di <i>explore</i> Instagram

Irene Dyah Lukitasari	D3 Hubungan Masyarakat di Universitas Diponegoro dan Bekerja sebagai Sosial Media Marketing	Karanganyar, Solo	Rekomendasi teman
Naswa Andara	D3 Sistem Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika dan Bekerja sebagai Bisnis Women dan Founder podcast “A Note from 36.000 Feet”	Tangerang Selatan	Rekomendasi teman
Annisa Malahayati	S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta	Muncul di <i>explore</i> Instagram

4. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan melakukan pengumpulan data terkait pemaknaan khalayak terhadap isi pesan yang ada di media, kemudian melakukan analisis konstruksi terjadinya wacana informan yang bermakna, dan yang terakhir melakukan interpretasi dan pengelompokan posisi penerimaan informan dalam memaknai sebuah pesan media. Terdapat dua jenis pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diambil dari hasil pengamatan. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah pencari kerja atau *jobseeker* yaitu *followers* yang memahami dan memaknai edukasi di dalam konten akun Instagram @Myskill.id. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi dan kemudian melakukan wawancara mendalam bersama informan yang telah ditentukan. Creswell (2017) wawancara merupakan kegiatan

komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi ketika mendalami suatu fenomena tertentu dengan menjawab beragam pertanyaan penelitian yang bersifat terbuka dan umum. Teknik pengumpulan data pada penelitian dilakukan dengan metode *in-depth interview* kepada *jobseeker* yaitu *followers* Instagram @Myskill.id dengan mengajukan pertanyaan seputar edukasi konten yaitu mulai dari hal yang perlu dilakukan ketika ingin mempersiapkan diri serta kemampuan dalam menghadapi proses pencarian pekerjaan dengan via online dengan menggunakan platform meeting seperti aplikasi Zoom atau Google Meet. Wawancara mendalam dipilih sebab dapat membantu memperoleh informasi yang mendalam terhadap suatu permasalahan yang dikaji serta dapat menjawab resepsi para followers dengan terbuka dan rinci sesuai dengan latar belakang setiap individu. Berbagai ragam persepsi yang dihasilkan oleh masing-masing informan dapat mendukung peneliti untuk memenuhi bahan penelitian yang nantinya akan dianalisis dan dikategorikan sesuai dengan posisi penerimaan khalayak berdasarkan model Stuart Hall.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat berdasarkan data penunjang yang didapatkan secara tidak langsung seperti dokumentasi atau studi kepustakaan. Creswell (2017) studi kepustakaan adalah teknik mengumpulkan data seperti melakukan pencarian sumber pada buku, literatur, atau laporan yang dapat mendukung penelitian. Sumber studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui jurnal ilmiah, buku, dan internet dengan sumber yang kredibel untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Kemudian metode dokumentasi seperti rekaman suara (*voice over*) atau foto-foto dari informan saat proses wawancara berlangsung untuk mendapatkan bukti otentik sebagai kebenaran informasi.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2017) analisis data adalah proses mengatur dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Mengutip dari Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sampai tuntas. Untuk memperjelas tulisan ini maka peneliti menetapkan metode analisis deskriptif yaitu menyajikan dan menganalisis fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, membuat prediksi maupun mempelajari implikasi. Proses analisa data dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan hal-hal yang utama melalui seleksi terhadap fokus yang akan dikaji, sehingga data hasil seleksi memberikan gambaran yang jelas bagi peneliti untuk dianalisis lebih lanjut. Tahap reduksi ini merupakan tahap awal dalam melakukan analisis yang dilakukan, karena dengan melakukan reduksi data dapat mempermudah bagi peneliti untuk memahami data yang diperoleh. Reduksi data dilakukan dengan cara memilih dan menyeleksi setiap data yang masuk dari hasil wawancara dan dokumentasi.

b. Penyajian Data

Penyajian data yaitu menyajikan data untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian tersebut. Pada tahap ini, peneliti menginterpretasikan hasil analisis dari wawancara dengan para informan melalui penyajian data secara utuh. Hal ini dilakukan agar data tersebut dapat dipelajari dan diambil maknanya. Penyajian data memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dalam merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada proses ini tahap selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti yang mendukung tahap pengumpulan data inilah yang dikenal dengan verifikasi data. Penulis menyusun secara sistematis data yang sudah disajikan lalu berusaha menarik kesimpulan dari data tersebut sesuai dengan fokus penelitian. Kesimpulan dapat dilakukan di awal dan bisa berubah seiring perkembangan di lapangan yang didukung bukti-bukti yang valid dan konsisten.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

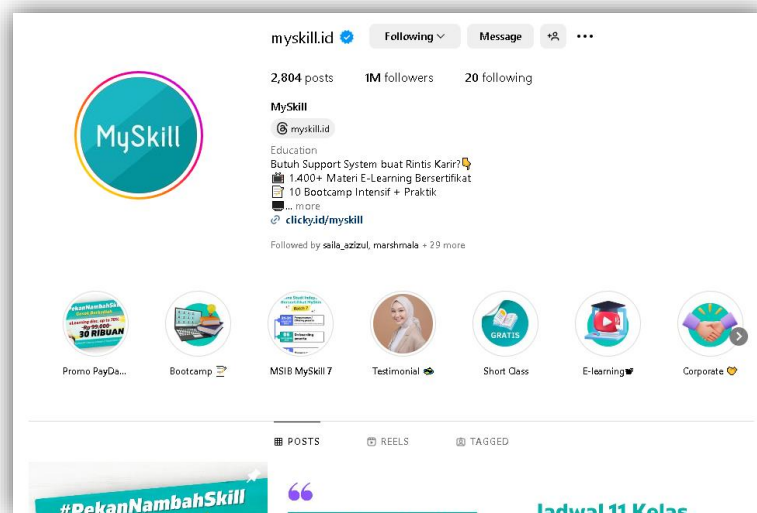
1. Profil @Myskill.id

MySkill merupakan platform pengembangan skill professional dengan lebih dari 1 juta pengguna se-Indonesia. MySkill percaya bahwa: "*Pendidikan Dan Pekerjaan Yang Layak Adalah Hak Bagi Setiap Rakyat Indonesia*". MySkill didirikan oleh Angga Fauzan, *Co-Founder & Chief Executive Officer* MySkill dan Erahmat, *Co-Founder & Chief Business Officer* MySkill pada pertengahan tahun 2021. Kedua co-founder ini menyadari akan kesenjangan keterampilan yang sangat besar antara dunia akademik dan keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja, yang berujung pada banyak orang kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan yang layak.

MySkill terbentuk di Indonesia, di mana para *co-founder* merupakan kawan semasa kuliah di Institut Teknologi Bandung (ITB) serta telah masuk di dunia pendidikan dan bisnis selama lebih dari 5 tahun. Angga mulai membangun organisasi komunitas pendidikannya di ITB dan mendapatkan nominasi *Edinburgh Student Awards* saat menempuh magister di Britania Raya. Angga juga telah bekerja sebagai profesional di bidang marketing selama lebih dari 6 tahun di berbagai startup seperti Zenius dan Bibit. Di lain sisi, Erahmat saat ini sedang menyelesaikan studi PhD-nya di Korea Selatan usai menyelesaikan S1 di ITB. Erahmat juga memiliki pengalaman dalam bisnis Pelatihan Olimpiade Sains Nasional dan Internasional, dan mendapatkan kepercayaan dan telah bekerja sama dengan berbagai sekolah di seluruh Indonesia.

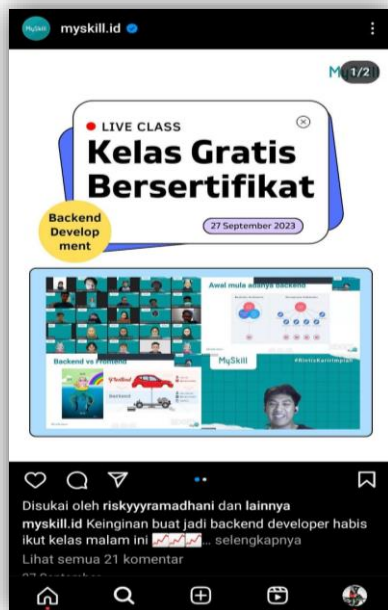
Platform MySkill dikelola oleh PT Linimuda Inspirasi Negeri, beralamat di Griya Dros, Jl KH Abdullah Syafe'i No 1 (Tebet Utara), Kel. Tebet Timur, Kec. Tebet, Kota Adm. Jakarta Selatan, Prov. DKI Jakarta 12820, Indonesia. Saat ini MySkill memiliki akun media sosial berbasis pendidikan di TikTok, LinkedIn, Twitter, Youtube dan Instagram dengan nama akun @MySkill. Akun Instagram @MySkill mulai dikelola pada bulan juli 2021 dengan jumlah

followers sebanyak 1 Juta dan terus meningkat setiap harinya. Berikut tampilan instagram @MySkill:

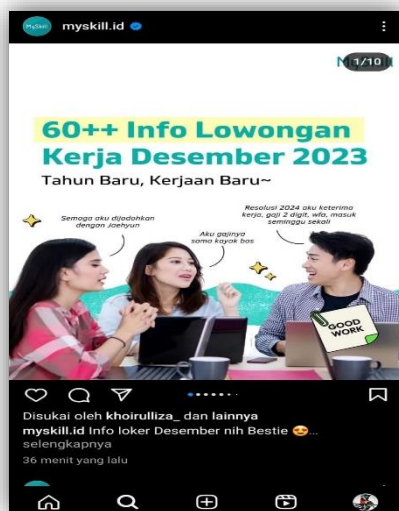


Gambar 3.1 Tampilan Utama instagram @MySkill

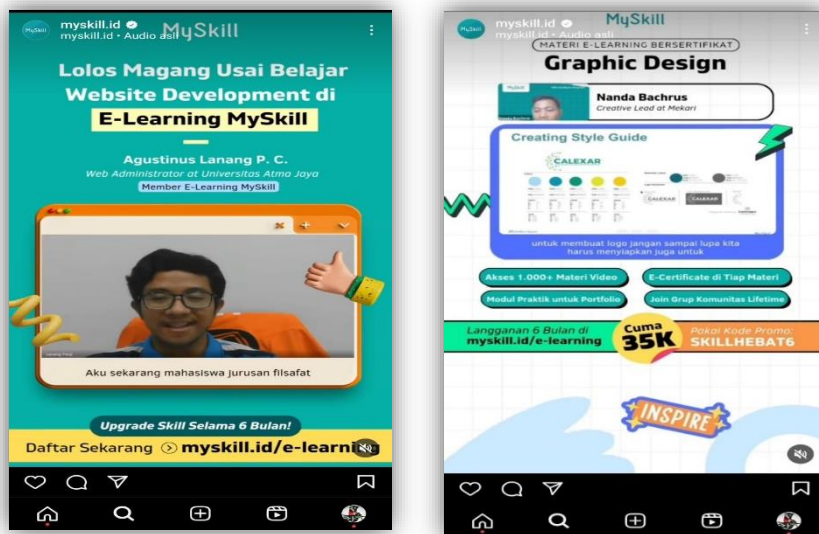
Untuk menarik *followers* agar mengikuti akun instagram @MySkill membuat beberapa konten yang menarik dengan memanfaatkan fitur yang ada di Instagram. Seperti informasi lowongan kerja terbaru, program-program kelas gratis, pelatihan-pelatihan terkait *upgrade skill*, persiapan menghadapi tes kerja, serta promo-promo yang menguntungkan untuk mengikuti kelas program prabayar lainnya. Akun instagram @MySkill semakin berkembang dengan ditandai angka pertumbuhan likes dan comment yang cukup signifikan dari setiap unggahan. Insight yang didapatkan dari unggahan Akun instagram @MySkill dari tahun 2021 hingga saat dapat dikatakan stabil dan memiliki jangkaun yang sangat luas. Dapat dilihat dari beberapa unggahan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Program Kelas Gratis



Gambar 3.3 Info Loker



Gambar 3.5 Info Program E-Learning

Myskill.id menyediakan beberapa jenis program seperti *E-Learning*, *Bootcamp* dan *Program, Mentoring* serta *Corporate Service*. Berikut rincian dari setiap program yang ada di @MySkill:

1. Program @MySkill: *E-Learning*

Program *E-Learning* merupakan praktek berbayar sekali saja dan bersertifikat, adapun keuntungannya:

- Belajar fleksibel via Video Materi, Bahan Bacaan, Project dan Studi Kasus.
- Praktikal & Actionable. Bertahap dari level Dasar hingga Lanjut
- Grup Komunitas Diskusi Lifetime. Kelas Gratis Tiap Bulannya

2. Program @MySkill: *Bootcamp* dan *Program*

Program *Bootcamp* merupakan program berbayar yang proses pembelajaran akan melakukan *Intensive Live Class* bersama *Experts* yang mana materi akan lebih praktikal dan mendalam, adapun keuntungannya:

- Kombinasi Case Study, Diskusi dan Praktik di Tiap Sesi. Basic to Advanced.
- Group Mentoring Semi-Privat untuk Bangun Portfolio.
- Tutor Terkurasi. Memiliki Lebih dari 30.000 Alumni.



Gambar 3.6 Jenis Program *Bootcamp*

3. Program @MySkill: *Mentoring*

Program mentoring dikhususkan untuk para *jobseeker* untuk persiapan memulai dalam pencarian kerja. Mentoring ini untuk meningkatkan peluang diterima magang dan kerja *full-time* dengan bantuan HRD. Mulai dari Review CV, Template Surat Lamaran, hingga persiapan wawancara. Adapun keuntungannya:

- Bimbingan Karir sampai Diterima Kerja.
- Program 6 Bulan *Exclusive Job-Guarantee Mentoring*. Privat dan Jaminan Kerja.
- Program Review CV oleh HR dan Dapat Template Dokumen Lamaran Kerja.



Gambar 3.7 Jenis Program *Mentoring*

4. Program @MySkill: *Corporate Service*

Program *corporate service* layanan pengembangan skill dan peningkatan

performa karyawan. *Corporate training* yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, maupun akses *Performance Management Software* dan *E-learning MySkill for Business*.

Corporate Training: Assessment, Pelatihan. dan Konsultasi Pasca Training

- a. Customizable: offline atau online, berbagai topik dan durasi bisa disesuaikan.
- b. Dibawakan praktisi senior dari notable companies dan industri yang relevan.
- c. Fokus praktik & case study. Assessment before dan after training yang lengkap.

Performance Management Software: Tools HRIS untuk Melacak Performa & Employee Learning

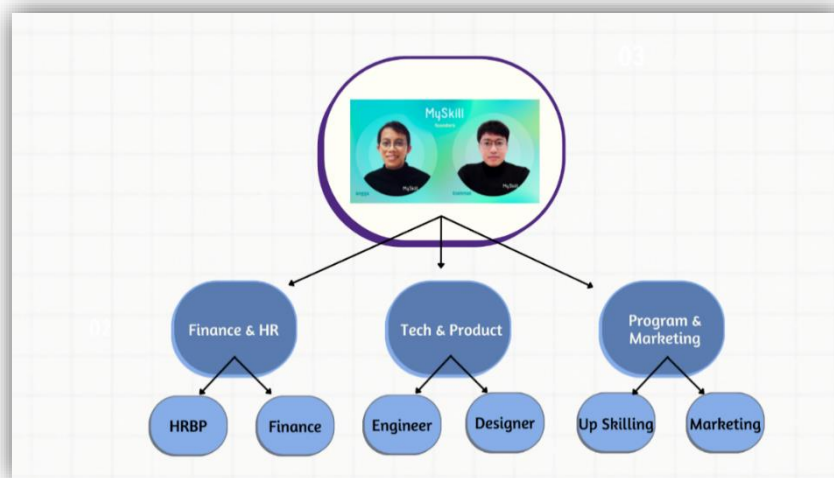
- a. Pencatatan dan Monitoring KPI setiap divisi dan karyawan.
- b. 1.000+ konten materi upskilling untuk semua divisi di perusahaan.
- c. Dashboard analytics yang lengkap untuk data-driven decision.

Corporate Campaign, Partnership & CSR: Perbesar Brand Awareness & Dampak Bersama lebih dari 1.5 Juta Member

- a. Kerjasama pelaksanaan *Public Training, Event & Workshop*.
- b. Perkenalkan *brand & expertise* perusahaan, perkuat *corporate branding*
- c. Terbukti membangun *virality* dan *word of mouth* dengan ribuan peserta.

2. Struktur Organisasi @MySkill

MySkill didirikan oleh Angga Fauzan, *Co-Founder & Chief Executive Officer MySkill* dan Erahmat, *Co-Founder & Chief Business Officer MySkill* pada pertengahan tahun 2021. Kedua co-founder ini menyadari akan kesenjangan keterampilan yang sangat besar antara dunia akademik dan keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja, yang berujung pada banyak orang kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan yang layak. Berikut Struktur Organisasi @MySkill.



Gambar 3.8 Struktur Kerja @MySkill

BAB III

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Informan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana analisis resepsi followers akun @myskill.id di Instagram terhadap *Advertising Campaign Edukatif* yang disampaikan pada akun tersebut. Sebagai informan, empat perempuan telah diwawancarai oleh peneliti. Peneliti telah melakukan wawancara dengan empat orang perempuan sebagai informan, masing-masing informan memiliki latar belakang pekerjaan, dan daerah yang berbeda. Berikut profil informan akan disajikan di bawah ini:

Tabel 2.1 Profil Informan

Nama Informan	Pendidikan dan Pekerjaan	Asal Daerah	Pertama Kali Mengetahui Akun Instagram @Myskill.id
Nur Eliana Rosyadah	S1 Bahasa dan Sastra Indonesia, di Universitas Airlangga dan Bekerja sebagai Konten Kreator & Konten Specialist	Surabaya	Muncul di <i>explore</i> Instagram
Irene Dyah Lukitasari	D3 Hubungan Masyarakat di Universitas Diponegoro dan Bekerja sebagai Sosial Media Marketing	Karanganyar, Solo	Rekomendasi teman
Naswa Andara	D3 Sistem Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika dan Bekerja sebagai Bisnis Women dan Founder podcast “A Note from 36.000 Feet”	Tangerang Selatan	Rekomendasi teman

Annisa Malahayati	S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta	Muncul di <i>explore</i> Instagram
----------------------	---	------------	---------------------------------------

1. Nur Eliana Rosyadah

Informan yang akrab disapa Nana ini berusia 22 tahun, informan berasal dari Surabaya dan telah selesai menempuh Pendidikan perkuliahan S1 Bahasa dan Sastra Indonesia di Universitas Airlangga. Kini informan bekerja sebagai *freelance* Konten Kreator & Konten Spesialis di salah satu *Startup Company* di Malang Kota. Sebelum mulai terjun didunia copywriting, sejak dulu informan telah gemar menulis terlebih pada saat wabah Pandemi mulai merambah di Indonesia. Dari keisengan semata kini justru menjadi ladang pekerjaan yang ditekuni informan. Saat itu Nana memulai karirnya dari membuat artikel untuk tugas anak-anak SMA sampai akhirnya menjadi freelance Konten Spesialis & Konten Kreator yang juga memberikan edukasi mengenai bagaimana menjadi *freelance*.

Informan bekerja pada cakupan media sosial yang secara aktif dapat menyebarkan semua informasi termasuk edukasi yang mempersiapkan seseorang untuk siap masuk dalam ranah pencarian kerja. Hal ini yang membuat informan mengakses akun media social Instagram @Myskill.id. Hal yang membuat peneliti menetapkan Nana sebagai informan karena peneliti ingin melihat bagaimana seorang konten kreator dan konten spesialis memandang cara advertising campaign edukatif yang diberikan pada akun media social @Myskill.id. Selain itu, Nana juga memenuhi kriteria informan yang ditetapkan peneliti yakni pernah mengikuti salah satu program-program yang diselenggarakan @Myskill.id dalam kurun waktu 1 tahun.

2. Irene Dyah Lukitasari

Informan merupakan seorang wanita berusia 25 tahun berasal dari Karanganyar, Solo. Informan dengan nama panggilan Irene telah selesai menempuh Pendidikan perkuliahan D3 Hubungan Masyarakat di

Universitas Diponegoro dan kini bekerja sebagai karyawan tim social media marketing pada perusahaan konstruksi di Yogyakarta.

Sebelum bekerja tetap pada perusahaan tersebut informan mengurus usaha keluarga dibidang wisata dan hiburan. Informan merasa saat ini merupakan era media sosial yang semakin maju, maka menggunakan waktu luang untuk mengasah skill baru adalah hal yang baik dilakukan informan sembari mendapatkan sebuah pekerjaan. Informan memiliki ketertarikan dalam mendalami informasi-informasi yang disajikan pada media social, berangkat dari hal tersebut peneliti tertarik untuk menjadikan Irene sebagai informan penelitian. Selain itu, Irene juga memenuhi kriteria informan yang ditetapkan peneliti yakni pernah mengikuti salah satu program-program yang diselenggarakan @Myskill.id dalam kurun waktu 1 tahun

3. Naswa Andara

Informan merupakan seorang wanita yang memiliki podcast “*A Note from 36.000 Feet*” dan bekerja sebagai *freelance editing canva*. Informan sering disapa Naswa ini berusia 23 tahun. Naswa berdomisili dari Kota Tangerang Selatan, berlatar belakang Pendidikan D3 Sistem Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika. Semenjak lulus kuliah informan belum pernah bekerja, namun pernah melamar pekerjaan sampai pada tahap interview.

Awal mula membuat podcast “*A Note from 36.000 Feet*” dimulai dari ide semata waktu masih kuliah karena banyaknya waktu luang karena Pandemi Covid -19, kemudian informan melakukan riset informasi pada media sosial. Informan merasa tertarik untuk menjalankan podcast tersebut karena memiliki keresahan pada pengalaman pribadinya sendiri. Hal yang membuat peneliti menjadikan Naswa sebagai informan karena latar belakangnya yang merupakan seorang wanita yang penuh keresahan serta tindakan yang diambil pun tidak hanya keinginan semata. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi pandangannya terhadap *advertising campaign edukatif* pada akun media social @Myskill.id. Selain itu, Naswa juga memenuhi kriteria informan yang ditetapkan peneliti yakni pernah

mengikuti salah satu program-program yang diselenggarakan @Myskill.id dalam kurun waktu 1 tahun.

4. Annisa Malahayati

Informan merupakan lulusan perguruan tinggi Universitas Islam Indonesia dengan Pendidikan S1 Ilmu Komunikasi. Informan dengan nama panggilan Mala ini berusia 24 tahun yang berdomisili Sleman, Yogyakarta. Selama berkuliah di jurusan ilmu komunikasi informan mengambil bidang minat konsentrasi studi Jurnalisme Digital yang fokus pada bagaimana mengolah teks berita, wawancara dan juga bagaimana manajemen redaksi.

Hal yang membuat peneliti menjadikan Mala sebagai informan karena latar belakangnya yang merupakan seorang mahasiswa ilmu komunikasi, serta pengalaman informan yang pernah magang sebagai *Script Writer* di sebuah perusahaan penyedia layanan siaran music daring berbayar, Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi pandangannya terhadap *advertising campaign edukatif* pada akun media social @Myskill.id. Selain itu, Mala juga memenuhi kriteria informan yang ditetapkan peneliti yakni pernah mengikuti salah satu program-program yang diselenggarakan @Myskill.id dalam kurun waktu 1 tahun

B. Temuan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti telah melakukan pengamatan untuk menentukan informan yang relevan dengan penelitian ini. Informan yang dipilih berjumlah empat orang yang masing-masing sesuai dengan kriteria yakni memiliki usia rentang 18-26 tahun, pengikut akun media social Instagram @Myskill.id, dan masing - masing memiliki latar belakang yang berbeda baik dari segi agama, pendidikan, pengalaman dan pekerjaan. Mereka adalah Nur Eliana Rosyadah, Irene Dyah Lukitasari, Naswa Andari, dan Annisa Malahayati.

Wawancara dengan informan dilakukan dengan waktu dan tempat yang berbeda mengikuti ketersediaan jadwal dari masing-masing informan. Wawancara dilakukan secara daring melalui media Google Meet. Dalam pemilihan informan, peneliti mengamati aktivitas pengikut akun Instagram @Myskill.id dengan

memantau aktifitas informan dan mengirimkan permohonan ketersediaan informan untuk diwawancarai melalui media *Direct Messenger Instagram* dan *Whatsapp*.

1. *Encoding Konten Advertising Campaign Edukatif Pada Akun Instagram @Myskill.Id*

Penelitian ini menggunakan Analisis Resepsi Stuart Hall untuk melihat bagaimana resepsi *jobseeker* terhadap *advertising campaign edukatif* pada akun Instagram @Myskill.id yang diikuti dengan melakukan *encoding* untuk mengetahui apa makna dominan yang disajikan dalam sebuah tayangan atau teks media. Peneliti melakukan hal serupa yaitu dengan menganalisis teks media pada konten seputar *career preparation* pada akun Instagram @myskill.id. Peneliti menganalisis beberapa kategori konten terkait dengan *Advertising Campaign* pada Myskill.id di program E-learning, program *bootcamp* dan program mentoring. Setelah diamati, ditemukan beberapa bagian penting dalam keseluruhan konten-konten yang menjelaskan informasi terkait *career preparation* kepada *jobseeker* yakni sebagai berikut:

Tabel 3.1 Analisis Teks Media dalam Konten “E-Learning”

Visual	Teks Video	Makna
	<p>Audio: Musik “Elsaroshe” Talent tidak berbicara dalam video reels IG. Akan tetapi memberikan peraga tentang uang 35rb yang digunakan untuk berlangganan E-learning. Dengan teks media yang bertuliskan narasi yang lagi viral “yang bener aje? Untung dong”. Kemudian menjelaskan tentang keuntungan (benefit) yang akan diperoleh dengan mengikuti –learning, seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Affordable & Fleksible belajar di mana aja ✓ 1000+ Materi Video ✓ 1000+ Modul Praktik Portfolio ✓ Sertifikat di Tiap Materi 	<p>Dalam tampilan video reels disamping terdapat tindakan <i>Advertising Campaign</i> yang membahas tentang mengikuti program <i>upgrade skill</i> yang hanya 35rb dapat berlangganan selama 1 bulan. Dengan berbagai keuntungan untuk dapat mengakses 1000 materi berupa video maupun modul, join grup komunitas, dll.</p>

	<p>✓ Join Grup Komunitas, dan benefit lainnya Menyertakan link untuk bergabung dan memerikan kode promo untuk mengikuti program ini</p>	
 	<p>Audio: Musik “spicybabewho” Talent tidak berbicara dalam video reels IG. Akan tetapi memberikan peraga tentang berhasil diterima kerja berkat belajar <i>career development</i> di <i>eLearning</i> bersertifikat. Kemudian menampilkan tentang keuntungan (benefit) seperti belajar +40 materi seputar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>career preparation</i> ✓ <i>self-management</i> ✓ <i>Emotional Intelligence</i> ✓ <i>Thinking Skill</i> dan benefit lainnya <p>Menyertakan link untuk bergabung dan memerikan kode promo untuk mengikuti program ini</p>	<p>Dalam tampilan video reels disamping terdapat adanya tindakan <i>Advertising Campaign</i> terkait informasi peraga sebagai alumni pengguna yang mengikuti program <i>eLearning</i> Myskill.id untuk belajar tentang <i>career development</i> dengan hanya membayar 35k selama 6 bulan dengan menggunakan KODE PROMO akan mendapatkan berbagai keuntungan yang diperoleh seperti +40 materi seputar <i>career preparation</i>. <i>self-management</i>. <i>Emotional Intelligence</i></p>

	<p>Audio: suara beberapa mentor ketika melakukan pembelajaran <i>eLearning</i>. Tidak ada talent yang memperagakan akan tetapi menampilkan beberapa kelas program <i>eLearning</i> berjalan dengan suara mentor yang sedang memberikan penjelasan terkait tema <i>Human Reasourch Development</i>. Serta menampilkan beberapa keuntungan yang diperoleh, seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✅ Akses +1000 materi video ✅ modul praktek untuk portfolio ✅ adanya E-sertifikat setiap materi ✅ joint gruph komunitas <p>Menyertakan link untuk bergambung dan memerikan kode promo untuk mengikuti program ini</p>	<p>Dalam tampilan video reels disamping adanya tindakan <i>Advertising Campaign</i> yang menyarankan untuk mengikuti program <i>eLearning</i> Myskill.id tentang materi <i>Human Reasourch Development</i> yang hanya membayar 35k selama 6 bulan dengan menggunakan KODE PROMO. Kemudian akan mendapatkan berbagai keuntungan yang diperoleh seperti +1000 materi terkait tema <i>Human Reasourch Development</i>.</p>
--	---	---

Berdasarkan tampilan video *reels Instagram* terkait *career preparation* pada konten program *E-learning*, dalam program ini memiliki keuntungan yang diperoleh pengguna seperti belajar fleksibel via video materi, bahan materi belajar, project dan studi kasus; praktikal & actionable; bertahap dari level dasar hingga lanjut, terdapat grup komunitas diskusi lifetime dan kelas gratis tiap bulannya. *Advertising Campaign* dalam program *E-learning* pada akun Instagram @Myskill.Id sifatnya sama.

Artinya konten yang ditampilkan baik dalam *postingan feed*, *reels* maupun *story* memiliki karakter yang sama yaitu penggunaan latar audio music yang diikuti dengan talent yang bersuara ataupun talent hanya memperagakan saja, dalam postingan tersebut menampilkan penyampaian informasi *benefit* yang singkat, padat, dan jelas yang akan mudah dipahami oleh khalayak dan didalamnya disertakan *link* pendaftaran. Dalam konsep tersebut @Myskill.Id memiliki tujuan

untuk mengenalkan dan memberikan informasi terkait dengan berbagai program yang disediakan.

Kemudahan dalam mengakses dan bergabung dalam program *E-learning* tentunya menjadi point untuk dapat menarik *followers* untuk ikut bergabung. Selain itu, dengan adanya “kode promo” program *E-learning* dapat diikuti selama 6 bulan dengan harga Rp.35.000 yang mana harganya relatif murah namun materi yang didapatkan berkualitas. Hal ini akan menjadi daya tarik bagi *followers* maupun pengguna Instagram ketika iklan postingan ini muncul di beranda.

Tabel 3.2 Analisis Teks Media dalam Konten “BootCamp”.

Visual	Teks Video	Makna
	<p>Audio: Musik <i>altega_music</i> dan suara dari talent.</p> <p>Talent berbicara dalam video reels menjelaskan tentang <i>bootcamp toefl</i> yang super <i>affordable</i> emang ada?</p> <p>Talent menjawab “ada banget dong bestie, kamu bisa belajar bareng dengan tutor expert Cuma bayar 50 ribu saja di bootcamp toefl Myskill.</p> <p>Kemudian talent menunjukan link pendaftaran dan memberikan kode promo.</p>	<p>Dalam tampilan video reels disamping terdapat <i>Advertising Campaign</i>, yang mana @Myskill.id memberikan informasi bahwasanya pada programnya mereka menyediakan program <i>bootcamp toefl</i> dengan tutor yang expert cukup dengan bayar Rp.50.000 dengan kode promo.</p>
	<p>Audio: Musik <i>altega_music</i></p> <p>Talent tidak berbicara dalam video reels. Talent yang memperagakan saja dengan gerak gerak disertai tulisan yang ditampilkan seperti “mau dapat diskon 100 Ribu buat daftar <i>bootcamp data anlysis</i>”. Kemudian talent menunjukan link untuk mendaftar dan kode promo yang harus disertakan.</p>	<p>Dalam tampilan video reels disamping terdapat <i>Advertising Campaign</i>, tentang <i>bootcamp data anlysis</i>. @Myskill.id memberikan informasi bahwasanya Myskill.id juga terdapat program <i>bootcamp data anlysis</i> cukup</p>

		dengan bayar Rp.100.000 dengan kode promo.
	<p>Audio: suara review dari salah satu member <i>bootcamp</i>. Dalam hal ini member <i>Bootcamp batch 13</i> atas nama “Sorayaratna Pratiwi” memberikan testimoni langsung berupa video terkait keuntungan selama mengikuti <i>bootcamp digital marketing</i> di @Myskill.id dan diterima bekerja sebagai <i>social media specialist</i>. Beliau menceritakan pembelajaran apa yang diperoleh selama mengikuti <i>bootcamp</i> beserta kesan dan pesan yang didapatkannya selama mengikuti proses program <i>bootcamp</i>. kemudian tampilan dalam video <i>reels</i> juga menyematkan link pendaftaran dan kode promo untuk memperoleh diskon 100K.</p>	<p>Dalam tampilan video reels disamping terdapat <i>Advertising Campaign</i>, yang menampilkan langsung testimony dari alumni member yang sudah mengikuti program <i>Bootcamp</i> dan sudah diterima bekerja sebagai <i>social media specialist</i>. Walau sempat ada gap year, tapi Soraya berhasil buat Switch Career dari pekerjaan sebelumnya sebagai dosen.</p>

Berdasarkan tampilan video *reels Instagram* terkait *career preparation* program *bootcamp* untuk *upgrade skill*. Perbedaan dengan program *E-learning* dalam program *bootcamp* dilakukan secara *intensive live class* bersama *expert* yang akan mengulik secara mendalam dan praktikal. Pembelajaran dengan sistem Kombinasi *Case Study*, Diskusi dan Praktik di Tiap Sesi, *Basic to Advance*. Kemudian system group mentoring semi-privat untuk bangun portfolio yang akan dilakukan dalam beberapa sesi pertemuan setiap program yang dipilih. Sifat

pembayaran pada program ini memiliki sifat yang sama, yang mana pada setiap program akan ditawarkan berbagai keuntungan lainnya seperti kode promo dan terdapat juga beberapa kelas gratis yakni short class.

Dalam hal ini @Myskill.Id memiliki tujuan untuk mengenalkan dan memberikan informasi terkait dengan program untuk *upgrade skill* dengan program kelas yang berbeda yaitu program *bootcamp*. Dimana peserta akan memperoleh materi dengan *full online* yang dipandu oleh praktisi senior, praktikal, lebih dari sekadar dari webinar yang akan dilakukan untuk beberapa sesi pertemuan kecuali program *bootcamp* untuk yang *short class*. Dengan adanya konsep *Advertising Campaign* dalam program *Bootcamp* ini memberikan ketertarikan lebih pada *followers*, yang mana hal tersebut memberikan informasi keuntungan-keuntungan dan kesempatan baik dengan penawaran harga murah seperti adanya “kode promo” sehingga program *bootcamp* harga menjadi mulai dari Rp.100.000 dan ada program gratis yaitu *short class*. Hal ini akan menjadi daya tarik bagi *followers* ataupun pengguna Instagram ketika iklan postingan ini muncul di beranda Instagram mereka.

Tabel 3.3 Analisis Teks Media dalam Konten “Mentoring”

Visual	Teks Video	Makna
	<p>Audio: tidak ada</p> <p>Berupa postingan tentang “dapatkan review CV dan puluhan template lamaran kerja. Dimana biaya untuk mengikuti program tersebut sebesar RP.12.500 dengan 5point keuntungan yang akan diperoleh. Selain itu dalam konten tersebut tetap menampilkan link pendaftaran.</p>	<p>Dalam tampilan postingan adanya tindakan <i>Advertising Campaign</i>, tentang <i>mentoring @Myskill.id</i> memberikan informasi bahwasanya tidak hanya seputaran tentang <i>upgrade skill</i> saja melainkan adanya program mentoring untuk membantu dalam pembuatan CV dan <i>portofolio</i> lamaran pekerjaan.</p>

	<p>Audio: suara talent</p> <p>Talent berbicara dalam video reels. Talent merupakan karyawan Pt. Garuda Metalindo Tbk sebagai <i>training development</i> memberikan tips seputar 3 hal yang bikin HR ilfeel ketika <i>interview</i>. Talent menjelaskan poin-poin yang membuat HR ilfeel yaitu tidak memberikan informasi secara detail terkait dengan <i>skill</i> yang dimiliki; penjelasan saat wawancara tidak sesuai dengan yang dituliskan di CV atau tidak dilampirkan; penjelasan yang kurang komunikatif.</p>	<p>Dalam tampilan video reels adanya tindakan <i>Advertising Campaign</i>, tentang review dari ahlinya yang sudah bekerja perusahaan sebagai <i>training development</i>. Bahwasanya dalam menghadapi <i>interview</i> hal yang harus diperhatikan agar dapat diterima oleh HR adalah menunjukkan kemampuan (<i>skill</i>) yang dimiliki sesuai dengan bidang pekerjaan yang dituju. Kemudian menuliskan segala informasi yang sebenarnya-benarnya dalam CV tanpa adanya rekayasa yang nantinya ketika di <i>interview</i> menjadi boomerang. Cara berkomunikasi yang dinilai kurang komunikatif sehingga proses <i>interview</i> sangat monoton</p>
	<p>Talent berbicara dalam video reels. Talent merupakan karyawan rata.id sebagai <i>people and culture</i> memberikan tips seputar CV <i>redflag</i>. Talent menjelaskan poin-poin yang membuat CV <i>redflag</i> yaitu CV yang tidak sesuai dengan lamaran yang dituju. Dimana CV yang dibuat tidak sesuai dengan lamaran yang dituju baik dari tampilan dan isi dari CV tersebut; tidak menunjukkan <i>soft skill</i> dengan baik; tidak menunjukkan <i>achievement</i></p>	<p>Dalam tampilan video reels adanya tindakan <i>Advertising Campaign</i>, tentang review dari ahlinya yang sudah bekerja perusahaan sebagai <i>people and culture</i>. Bahwasanya tips seputar CV <i>redflag</i> yang harus yaitu CV yang dibuat tidak sesuai dengan lamaran yang dituju baik dari tampilan dan isi dari CV tersebut; tidak menunjukkan <i>soft skill</i> dengan baik; tidak menunjukkan <i>achievement</i></p>

Pada tampilan video *reels Instagram* terkait *career preparation*, program *mentoring* lebih fokus pada review CV oleh HRD & dokumen persiapan melamar kerja. Program ini ditargetkan untuk semua kalangan yang ingin terjun dalam dunia kerja. Berdasarkan postingan konten pada akun Instagram @Myskill.id terdapat 3 program pilihan *mentoring* yaitu, 3x review CV (3 Bulan), 1 x review (1 Bulan) dan 50+ template dokumen lengkap untuk apply kerja (1 Bulan) dengan sekitaran harga antara Rp.35.000 sampai Rp. 100.0000. Keuntungan yang dapat diperoleh dari harga tersebut ialah review CV yang langsung dilakukan oleh HRD professional, yang membahas mengenai detail dan pendalaman penulisan atau cakupan data untuk setiap bagian CV serta mendapatkan saran editing dan contoh di tiap poin CV.

Sebagai contoh, akun Instagram @Myskill.id memposting #TipsDariHRD membahas seputaran “3 Hal yang bikin HR ilfeel pas interview, seputar CV *redflag*, dll”. Konten tersebut akan membagikan berbagi ilmu dari orang-orang yang berpengalaman di bidang HR. Contohnya seperti CV tidak sesuai dengan lamaran yang dituju, CV tidak menunjukkan *soft skill* dengan baik dan tidak menunjukkan *achievement*. Hal ini yang membuat HR tidak dapat melakukan penilaian dan tidak masuk dalam kriteria kandidat. Pada dasarnya banyak sekali tips-tips seputar *Career Preparation* yang diunggah pada konten Instagram @Myskill.id terutama dalam mereview CV dan template dokumen lengkap untuk apply kerja.

Berdasarkan dari hasil analisis resepsi dalam proses *encoding*. *Encoding* yang dimaksud disini adalah akun Instagram @Myskill.id sebagai produsen pesan yang menghasilkan sebuah pesan dominan yakni iklan informasi terkait dengan *career preparation* yang terdiri dari beberapa program untuk *upgrade skill* dengan tutor yang berpengalaman dan profesional di bidangnya serta review CV dan penulisan portofolio lamaran pekerjaan yang dapat menarik HR. Pesan tersebut disampaikan dalam bentuk sifat persuasif yang didalamnya berupa ajakan untuk mengikuti program-program *upgrade skill*, review CV dengan tutor yang handal dan berpengalaman dibidangnya. Sedangkan pesan yang disampaikan dalam bentuk non-verbal adalah teks pada caption, dan teks pada foto. Maka dari unggahan konten Akun Instagram @Myskill.id terdapat *Advertising Campaign Edukatif*

untuk mengajak atau mendukung para *jobseeker* untuk mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan dalam dunia kerja, seperti meningkatkan *skill* untuk dapat mengembangkan kemampuan yang dimiliki supaya dapat di *hire* lebih baik serta memproses CV dengan bagus agar mendapatkan hasil yang diharapkan.

2. *Decoding* Konten *Advertising Campaign* Edukatif Pada Akun Instagram @Myskill.Id

Tahap proses *decoding* merujuk pada proses penerjemahan kode-kode dari media oleh khalayak untuk menemukan makna dari teks. Pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan perbedaan karakter, konteks sosial budaya, latar belakang, dan pengalaman hidup akan mempengaruhi informan dalam melakukan pemaknaan pesan teks media. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti akan membahas terkait hasil data wawancara yang dilakukan terhadap para informan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dalam memaknai *Advertising Campaign Edukatif* pada konten edukasi *career preparation* akun Instagram @Myskill.id berdasarkan sudut pandang mereka mengenai informasi yang dibutuhkannya. Oleh sebab itu, teori yang digunakan untuk menganalisis hasil data wawancara yakni teori analisis resepsi yang berpaku pada posisi penerimaan khalayak terhadap sebuah tayangan

a. Pemahaman *Jobseekers* Seputar *Career Preparation* di Media Sosial

Dalam hal ini, pemahaman dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk dapat mengerti dan menjelaskan suatu hal dari pandangan sudut yang berbeda. Setelah melakukan wawancara dengan keempat informan, penelitian ini difokuskan ingin mengkaji tentang apa yang dipahami para informan terkait *career preparation*. Di era digital saat ini dengan berbagai jenis platform berbasis media sosial seperti Instagram, TikTok, Youtube dapat memperoleh informasi terkait dengan *career preparation* dengan mudah dikarenakan banyak *content creator* yang masuk dalam bidang edukasi *career preparation* baik yang dilakukan secara personal maupun perusahaan/organisasi menyebarluaskan informasi terkait *career preparation* melalui *platform* media sosial.

Dari beberapa pengalaman informan memperoleh informasi terkait dengan *career preparation* mayoritasnya melalui media sosial. Hal ini dikarenakan saat

ini penggunaan media sosial digunakan untuk menjadi sarana komunikasi juga difungsikan untuk sarana pencarian informasi bagi setiap penggunanya. Mayoritas dari informasn menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, *linkedin*, dan aplikasi portal jobs lainnya.

“Linkedin, instagram, tiktok” (Nana, 2024)

“Linkedin, instagram, tiktok” (Irene, 2024)

“Instagram, Linkedin, Tiktok.” (Naswa, 2024)

“Lebih sering instagram, twitter juga ada. Platform-platform job juga banyak seperti linkedin, jobstreet. Hampir setiap hari mereka ada info info lowongan kerja” (Mala, 2024)

Dari ketiga informan Nana, Irene dan Naswa memberikan tanggapan yang sama bahwasanya informasi tentang karir diperoleh dari media sosial Instagram, Linkedin dan Tiktok. Berdasarkan data dari *We Are Social*, penggunaan media sosial terbanyak adalah Whatsapps dan yang kedua adalah Instagram sebanyak 85,3%, diikuti oleh Facebook sebanyak 81,6% dan Tiktok sebanyak 73,5%. Sehingga pada saat ini penggunaan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan menyimpan *history* pribadi saja melainkan dapat menjadi wadah yang bermanfaat salah satunya sebagai media edukasi. Berdasarkan laporan *We Are Sosial*, rata-rata pengguna internet yang mengakses media sosial menghabiskan waktu sekitar 60 menit hingga 180 menit lebih lama dalam sehari untuk penggunaan media sosial.

“Ya, saya sangat sering membuka instagram setiap jam bisa membuka instagram sebanyak 2-3x, Kalau di Instagram sendiri itu banyaknya Aku cari info loker, info loker itu biasanya aku nanti share ke orang lain yang butuh. Terus mungkin rekomendasi-rekomendasi konten yang bisa bikin aku ke trigger untuk konten terus kebetulan karena pekerjaan kreator Itu kan mungkin kelihatannya kreatif kelihatannya kayak banyak ide gitu Padahal kita juga sering kita juga sering burnout nah jadi aku ngerasa kalau aku perlu nih ada hal-hal yang buat aku trigger gitu dari konten kreator lain makanya aku sering buka dan liat konten maupun instagram orang” (Nana, 2024)

“Untuk instagram kantor aku sering banget buka karena aku juga mengurus sosmed, nyari ide dan lainnya juga. Tapi kalo di instagram sendiri intervalnya sering tapi ga lama gitu untuk selingan selama kerja aja. Biasanya aku ngeliat siapa yang update aja sih” (Irene, 2024)

“Aku bisa 3/4x sih buka instagram dalam sehari, selain buat kerja buat entertaining. Yang aku cari biasanya variatif ya bisa tips and trick penggunaan komputer, referensi design canva, cari resep masak, aku sering pantengin akun influencer yang suka design poster.” (Naswa, 2024)

“Total dalam sehari 3-5 jam sih, 5 tahun belakang saya gunain instagram lebih banyak untuk membuka direct message dari teman kemudian tentang informasi terbaru terkait apapun” (Mala, 2024)

Keempat informan memiliki intensitas waktu penggunaan media sosial Instagram sekitar 2- 3 kali dengan durasi kurang lebih 150-180 menit. Selain sebagai sarana komunikasi, Instagram juga dapat dijadikan sebagai tempat mencari sumber inspirasi khususnya pada informan yang bekerja dibidang media sosial seperti informan Nana, Irene dan Naswa. Bagi seseorang yang terjun dalam bidang tersebut diharuskan memiliki tingkat kreativitas yang tinggi untuk dapat menarik khalayak dengan materi konten yang beragam dan kreatif. Selain itu, pencarian informasi terkait dengan lowongan pekerjaan dapat diakses pada platform media sosial melalui akun-akun pemberi informasi yang terpercaya.

“Ya di Instagram Aku malah lebih banyak ngefollow orang-orang yang bener-bener ada value nya, tentang edukasi self defense, self development bahkan tentang karir sendiri ada aku itu follow konten creator namanya Hanif Alim, dia itu benar-benar sangat murah hati banget kalau misalnya dia mau update tentang CV orang terus dia mau kayak review CV. kalau konten kreator yang edukasi Aku suka banyak temen-temen lain misalnya Silva itu keren banget edukatifnya jadi keren banget gitu buat ditonton.” (Nana, 2024)

“Untuk akun akun yang fokus pada persiapan karir, biasanya aku cuma mantengin secara nama akunnya aja maksudnya aku ga follow akunnya gitu” (Irene, 2024)

“Gramedia, rakaminacademy, myskill, dan revou.”(Naswa, 2024)

“Ada sih, untuk personal aku follow wanita karir di akun tiktok dan instagram namanya Vina Muliana. Sedangkan untuk akun edukatif yang menyediakan kelas kelas mengasah skill, aku follow Myskill dan revou”(Mala, 2024)

Banyak ragam pembahasan pengetahuan-pengetahuan baru yang dapat diperoleh pada platform instagram seperti pembahasan terkait politik, review

barang/jasa, dan lainnya. Akun Instagram yang fokus pada bidang edukasi tentang *career preparation*, mayoritas informan mem-follow akun personal seperti @Hanifalim. @vinamuliana dan akun-akun yang memiliki *value* dibidang *self defense*, *self development*, dan lainnya. Secara tidak langsung dengan adanya konten-konten tersebut dapat dijadikan sebagai pengukuran diri terkait dengan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam dunia kerja yang belum dipahami dan dikuasai. Informasi tentang *career preparation* dalam media sosial Instagram justru lebih diuntungkan dibandingkan datang langsung ke suatu tempat pembelajaran pengembangan karir dan memulai pelatihan program di kelas. Sehingga dengan adanya ilmu baru yang disebarkan pada platform Instagram sangat memudahkan seseorang untuk menggali dan belajar kembali. Contohnya salah satunya tentang *career preparation*. seperti akun Instagram @vinamuliana memberikan tips dan trik ketika menghadapi Interview, dimana postur tubuh menjadi point penilaian pada saat *interview*. Tips dan Trik seringkali terlihat mudah dan sepele akan tetapi hal tersebut banyak yang tidak menyadarinya ketika akan melakukan *interview* yang mana kebanyakan pelamar hanya fokus untuk memberikan jawaban yang logis saja tanpa melihat faktor lainnya.

“Mungkin karena aku itu masih perlu banyak ilmu dari segi nyiapin karir kedepannya Terus apa aja sih yang harus kita evaluasi dari karir kita sendiri dari skill yang kita punya jadi aku sering merasa kalau aku butuh ilmu terus makanya aku selalu Buka Instagram, aku selalu kepoin orang-orang yang lebih update tentang karir atau lebih berpengalaman gitu karena aku ngerasa Umur aku masih terlalu muda dan aku juga share tentang itu ke anak-anak yang lebih muda daripada aku jadi aku harus bertanggung jawab untuk memastikan apakah itu valid atau enggak ilmu yang aku share dan yang aku pelajari itu benar-benar bermanfaat buat orang.” (Nana, 2024)

Pada dasarnya semua informan paham tentang *career preparation* baik yang sudah bekerja maupun yang baru mencari pekerjaan. Seperti informan Nana yang telah bekerja dibidang *content creator* dengan *jobdesk* yang harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang luas serta inovatif dan kreatif. Sehingga informan masih membutuhkan *upgrade skill* maupun *upgrade ilmu* untuk pengembangan karir kedepannya agar dapat dijadikan sebagai evaluasi

diri tentang apa yang belum dikuasai dengan membandingkan dengan influencer lainnya sehingga akan menjadikan motivasi diri untuk berkembang maju.

“Karena aku sambilan bisnis dan kerja, aku lebih fokus ke kerjaan. Jadi aku lebih sering ngeliat edukasi terkait pekerjaan salah satunya tentang gimana cara public speaking dengan baik. Aku follow akun edukasi ada banyak banget salah satunya gramedia, di akun gramedia aku biasanya tertarik dengan baca jadi aku cari buku-buku baru yang lagi rame, kemudian rakamin academy untuk mengasah skill aku disana ada project project skill yang bisa aku coba, lalu myskill disana aku bisa mengasah hard skill maupun soft skill bisa mengasah bahasa inggris juga dan bisa review cv kita, selain itu ada info astronomy yang didalamnya terpaut fenomena langit dan terakhir revou disana aku lebih suka nonton live streaming nya sih karena menurut aku interatif juga.”(Naswa, 2024)

Sama halnya dengan informan Naswa yang merupakan seorang pebisnis dan founder dari “A Note from 36.000 Feet” yang mana masih perlu banyak menggali ilmu untuk belajar membuat konten yang menarik dan menguasai teknik *public speaking* dengan baik. Informan Naswa juga mengikuti beberapa program pelatihan tentang *hard skill* maupun *soft skill* sebagai ilmu penunjang bagi perkembangan karir kedepannya.

“Sebenarnya untuk sekarang karena aku sudah kerja, aku udah jarang cari tau hal hal berbau persiapan karir. Aku lebih cari tau konten atau hal apa yang bisa ku ambil tiru dan modifikasi untuk dibuat sebagai referensi jobdesc ku di kerjaan” (Irene, 2024)

“Pada akun Vina Muliana aku sering cari tahu tentang tips dan trik tentang karir misalnya contoh kecilnya ternyata pentingnya kita memperhatikan postur tubuh saat interview, penataan kalimat ucapan, bagaimana penulisan CV. Di akun myskill pastinya mau lihat programnya ya, semenjak pandemi aku lihat mereka lebih banyak dan lebih aktif ya mengadakan kelas kelas gratisnya. Jadi aku sering mantengin terlebih seputar bootcamp ataupun kelas lainnya ya”(Mala, 2024)

Penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana informasi pembelajaran juga berlaku pada informan Irene dan Mala, yang mana mereka lebih sering mencari informasi pembelajaran yang berfokus pada *career preparation* sebagai wadah untuk terus berlatih dan belajar guna memperoleh wawasan, pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik untuk pengembangan karir kedepannya.

“Jadi aku merasa kalau misalnya untuk persiapan sampai karir misalnya

5 tahun ke depan itu tentunya kita harus bikin step-step jadi setiap tahunnya kita harus punya goals kalau misalnya biasanya kita lebih ke Trigger, aku lebih ke Trigger ketika aku nulis setiap tahun misalnya kayak bulan Januari itu harus di track itu apa aja yang mau dilakuin yang membantu karir aku setahun kedepan. Misalnya tahun ini aku fokus ke belajar toefl, Aku pengen punya bisa skor toefl ku 600, Aku pengen punya karir yang menjual dibidang bahasa Inggris gitu nah jadi dari situ kita bisa ngetrack karir kita mulai tahun pertama sampai tahun ke-5. Jadi khusus kita di tahun kelima ini sudah dapat banyak skill gitu bukan cuman satu atau dua skill. Jadi penting banget kita buat wistlist dan track tentang apa yang ingin kita capai. Kalau untuk aku sekarang, 5 tahun kedepan karena aku punya keinginan kuliah S2 masih pada jurusan yang sama yaitu humaniora atau kebudayaan, Aku pengen bisa mengajarkan bahasa Indonesia yang sudah masuk ke bahasa resminya unesco untuk dipelajari sama orang asing gitu Jadi aku pengen banget orang asing tidak cuman belajar bahasa Inggris tapi mereka juga ada kewajiban untuk belajar bahasa Indonesia.” (Nana, 2024)

“Setiap orang pasti punya kesukaan masing masing dan keinginan kerja dibidang apa, dulu aku tertarik desain grafis yang diajarin temenku terus merambah ketertarikanku ke media sosial, sewaktu aku masih jobseeker aku memperbanyak informasi terkait sosial media itu sendiri. Kemudian aku sering ikut ikut webinar ataupun kelas kelas tentang media sosial sampai digital marketing ya yang sekiranya masuk dan sejalan dengan yang aku inginkan, selain tentang karir juga aku mempersiapkan bagaimana nantinya aku bisa masuk ke suatu perusahaan yang berarti aku harus belajar cara menjawab interview serta membuat CV yang bagus baik agar bisa dilirik HRD” (Irene, 2024).

“Yang pasti persiapan Cv yang setiap bulannya pasti di update, terus hard skill kita juga harus mengasahnya jangan cuma copywriting sih, english, digital marketing juga perlu. Lalu soft skill manajemen waktu, apalagi leadership itu kita juga harus bisa pelajari dan persiapan untuk kita bekerja, jika belum bisa untuk sebuah kelompok setidaknya bisa untuk diri kita agar semua berjalan dengan baik. Terus dibutuhkan kita harus tau sih gimana cara bersikap, menjawab serta berpakaian sewaktu kita interview HRD”. (Naswa, 2024)

“Kalo untuk aku sendiri, aku sedang banyak membutuhkan informasi terkait motivasi kerja dimana pada sekitarku sendiri banyak yang memiliki insecurities makanya untuk mengurangi hal tersebut saya membutuhkan banyak motivasi. Selain itu, saya membutuhkan banyak testimoni dari pengguna akun media penyedia jasa kelas kelas mengasah ilmu serta skill termasuk myskill. Saya membutuhkan pengguna yang telah menggunakan mereka secara sadar melakukan testimoni yang lengkap mulai dari bagaimana mereka belajar, prosesnya, pengalamannya kemudian kesannya dan berlanjut kepada bagaimana mereka

mempersiapkan karir mereka, bagaimana mereka melakukan proses pelamaran kerja, interview, bagaimana mereka diterima dan bagaimana terkait lingkungan, tipe klien perusahaan dan cara mereka memenangkan hati klien, ya lebih kepada suka duka yang mereka rasakan namun tidak perlu menyebutkan secara detail tentang rahasia perusahaan”(Mala, 2024)

Keempat informan memiliki pemahaman yang sama terhadap *career preparation* yang mana informan merasa setuju bahwa media sosial yang membahas khusus persoalan persiapan karir tidak hanya diperuntukan bagi para jobseeker berpengalaman tetapi juga berusaha menjangkau para mahasiswa yang sedang berproses dalam meningkatkan skill guna memudahkan dalam mencari pekerjaan nantinya. Pembahasan yang banyak diunggah pada media sosial edukasi terkait pengembangan karir maupun keterampilan mengasah ilmu untuk dapat meningkatkan *skill* sesuai dengan bidang yang dibutuhkan menjadi point penting dalam *career preparation*. Beberapa testimoni peserta yang pernah menggunakan jasa akun tersebut dapat dijadikan evaluasi dan motivasi untuk menambah referensi dan untuk mengurangi perasaan *insecurities* ketika menghadapi situasi kerja.

b. Pendapat Jobseeker Terhadap Akun Instagram @Myskill.id

Pendapat merupakan sebuah tanggapan atau pola pikir setiap individu terhadap suatu persoalan, pendapat ini biasanya lahir ketika seseorang sudah pernah mengalami atau merasakan sesuatu hal yang bersangkutan. Pendapat para informan terkait Akun Instagram @Myskill.Id sebagai *Advertising Campaign* Edukatif tersebut berbeda-beda karena mereka memiliki sudut pandangan yang beragam terhadap informasi yang disampaikan. Kebanyakan dari informan mengetahui akun Instagram @Myskill.Id dan sudah menjadi *followers* akun tersebut dengan waktu yang sudah lama. Ketertarikan informan berawal dari postingan penawaran yang berulang kali selalu muncul di beranda informan, dengan informasi berbagai jenis program pelatihan dan tentunya dengan biaya yang terbilang relatif sangat murah. Hal tersebut membuat informan penasaran untuk lebih menggali informasi terkait dengan Instagram @Myskill.Id.

“Ya saya tau dan saya follow akun myskill.id karena sebelum aku terjun di dunia copywriter, aku juga ngerasa kalau copywriter itu adalah ilmu yang benar-benar harus dipelajari secara matang. Jadi aku pertama kali tuh kepo sama yang ditawarkan myskill ini, aku waktu itu pertama kali ikut e-learning nya terus makin tertarik ya sama cara dia branding, cara dia ngajarin dari nol sampai benar-benar orang itu paham gitu walaupun nggak langsung expert tapi bertahap pahamiya tentang copywriter itu sendiri.” (Nana, 2024)

Informan Nana bercerita ia memiliki ketertarikan dengan @Myskill.id karena adanya kebutuhan untuk menunjang ilmu baru untuk mendukung pekerjaannya di bidang *copywriter* dan mengikuti program *E-Learning* karena biaya yang ditawarkan sangat murah sekali. Berdasarkan pengalaman yang diperoleh setelah mengikuti program *E-Learning* informan Nana terkesan dengan cara mengajarnya yang dimana benar-benar dilakukan dari nol sampai informan paham. Selain itu cara *branding* dari @Myskill.id sangat menarik sehingga membuat seseorang menjadi penasaran dengan program-program yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan hampir semua materi yang ditawarkan kebanyakan salah satu kebutuhan untuk pengembangan *skill* di era saat ini, sehingga *upgrade* keilmuannya benar-benar fresh dan mengikuti perkembangan zaman.

“Aku follow dong, dulu aku dapat informasi myskill ini dari 2 akun instagram dan tiktok. Awalnya setelah aku lulus kuliah iklan myskill ini muncul terus di timeline instagram dan tiktok ku. Alasan pertama itu karena aku adalah orang yang suka banget cari informasi baru dan suka baca banget orangnya jadi aku suka banget cari hal-hal baru di internet apalagi sehari-hariku mantengin hp terus, kedua aku pengen mengasah hard skill dan soft skill ku karena aku ngerasa soft skill komunikasi ku sangat berkurang terlebih aku kan mahasiswa kupu-kupu aku rasa aku butuh skill itu makanya aku tertarik untuk mengikuti myskill, ketiga karena di myskill banyak kelas gratis yang bisa aku ikuti.” (Naswa, 2024)

“Saya tau dan saya follow. Tentunya dari konten/iklan yang disajikan menjelaskan program apa saja dan informasi pembahasan materi terkait bidang apa saja yang membuat saya tertarik terlebih dengan harga yang murah terjangkau dan ditambah promo harga lebih murah lagi membuat saya tertarik untuk menggunakan atau belajar mengasah skill saya di myskill” (Mala, 2024)

Sama halnya dengan informan Naswa, dan Mala yang memiliki ketertarikan dengan @Myskill.id karena awalnya dari kebutuhan akan informasi

terkait dengan karir dengan hobi membaca dan mendengar testimoni-testimoni dari orang-orang membuat informan tergerak untuk lebih mengetahui informasi dari @Myskill.id.

“Ya saya tau, tapi aku nggak follow myskill di instagram tapi kalo di linkedin aku follow. Aku tidak follow di instagram, tapi myskill sering sekali muncul di timeline Instagram ku. Mungkin muncul karena dulu aku juga pernah mengikuti programnya bootcamp dan final project. Setelah ngikuti programnya aku baru follow myskill di linkedin, aku termasuk sering update informasi myskill di linkedin bahkan setauku selain promosi, kelas webinarnya gitu dan beberapa minggu lalu mereka sempat adain debat bincang antar manajer kalo ga salah. Jadi aku cukup antengin info info yang diberikan myskill di linkedin.”(Irene, 2024)

Berbeda dengan informan Irene yang belum menjadi *followers* akun @Myskill.id di Instagram, tetapi justru di media sosial lainnya seperti Tiktok dan linkedin. Informan Irene bercerita sebelum mengetahui akun Myskill.id di Instagram, ia sudah mengikuti beberapa program dari @Myskill.id yaitu program *bootcamp* dan *final project*. Walaupun tidak *follow* di media sosial Instagram informan mengikuti perkembangan informasi melalui linkedin dan pernah mengikuti informasi-informasi lainnya seperti program “debat bincang” dengan beberapa manajer beberapa waktu yang lalu yang diadakan oleh Myskill.id.

Dalam akun Instagram @Myskill.id kerap kali melakukan *Advertising Campaign* edukasi dengan menawarkan program-program unggulan dengan materi yang diberikan lebih dari 1000 materi baik berbentuk video maupun modul. Disamping itu program-program yang ditawarkan relatif dengan harga yang sangat murah melalui kode promo yang ditampilkan dalam setiap postingannya. Hal ini yang menjadikan @Myskill.id mempunyai daya tarik untuk menarik *followers*nya agar bergabung dan mengikuti program-program yang ditawarkan. Selain itu, dalam setiap postingan Instagram @Myskill.id selalu menampilkan *review-review* dari alumni yang sudah bekerja dan membagikan trik dan tips yang bermanfaat.

“Selain e-learning aku ikut bootcamp nya 6 bulan, Jadi selama 6 bulan itu kita kaya kuliah daring ya karena apa yang diterangkan tutornya caranya itu benar-benar kayak dosen mengajar ke mahasiswanya jadi bener-bener dari basic, bertahap sampai kita itu benar-benar harus bisa bikin

project kita sendiri. Nah itu nggak diburu waktu jadi ada pertemuan setiap minggunya dimana tiap minggunya kita akan selalu dapat ilmu baru yang nggak begitu susah untuk kita cerna di otak. Tapi di myskill ini aku ngerasa kalau aku dan semua orang tentunya bisa menjangkau apa yang diajarkan dari mentornya.” (Nana, 2024)

Informan Nana bercerita bahwa selama mengikuti program *Bootcamp* selama $\pm$ 6 bulan hampir sama seperti melakukan kuliah daring dimulai dari materi basic sampai materi *hight*. Disamping itu, setiap program memberikan saran untuk pesertanya agar dapat mengikuti *final project* terkait dengan tema yang diikuti. Tutor juga memberikan arahan tidak hanya basic materi saja melainkan memberikan contoh kasus nyata yang mudah dicerna dan mudah dipahami, sehingga peserta mampu untuk memberikan gambaran terkait dengan materi tersebut dalam implementasi kerja kesehariannya. Pada dasarnya menurut tanggapan informan Nana program *bootcamp @Myskill.id* sangat memberikan manfaat dan *value* tersendiri secara pribadi yang mana program tidak berjalan secara individual melainkan dibangun secara bersamaan antar tutor dan peserta sehingga jalinan komunikasi melalui grup dapat dimanfaatkan untuk berdiskusi, berbagi pengetahuan.

“Aku pernah mengikuti bootcamp dan final project digital marketing dari myskill, kesan yang ku ambil kalo dari bootcamp karena mentornya ganti terus setiap materi jadi aku ga bosen asik sih terus juga setiap akhir materi ada sesi tanya jawabnya yang menurutku sangat bermanfaat untuk aku tau kasus atau ilmu ilmu baru. Kalau untuk final project menurutku part paling seru, karena kita dikelompokkan ni dengan 6 orang baru yang aku tidak kenal terus disuruh handle umkm yang mana kita harus ngelakuin riset terus ketemu umkmnya, rapat, cari ide strategi untuk ningkatin pendapatan, setting ads di meta dan secara ga langsung kan aku belajar komitmen dan bertanggung jawab atas tugas ku nge handle umkm ini. Kalo untuk e-learning itu enaknyanya buat aku mengingat kembali materi yang sebelumnya mungkin aku sudah sedikit lupa, jadi disana aku bisa mengulik dan belajar kembali. Secara materi yang disampaikan pada video menurutku sudah bagus, mudah mengerti dan materinya jelas dan lengkap ya.” (Irene, 2024)

Menurut cerita Irene yang pernah mengikuti program *bootcamp dan final project*. Selama informan Irene mengikuti program *bootcamp* untuk materi *digital marketing* banyak sekali materi-materi yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan kerja. Penyampaian materi yang diberikan oleh tutor dapat

mudah untuk dipahami di setiap sesi pertemuannya. Diakhir program akan diberikan tugas sebagai *final project* yang mana setiap kelompok peserta melakukan riset sesuai dengan tema program yang diikuti dan menjalankan kegiatan selayaknya terjun dalam kegiatan tersebut secara nyata. Selama mengikuti program dari @Myskill.id, Irene memberikan kesan positif baik dari tutor, materi yang disajikan, cara penyampaian materi selama program berlangsung, ilmu yang mudah untuk diimplementasikan dan pengalaman yang menyenangkan bertemu dengan orang-orang hebat untuk sama-sama belajar.

“Ga kehitung ya, soalnya aku sering banget ikuti kelas kelas gratisnya myskill. Aku biasanya ikut program yang ngebahas soal copywriting dan UI/UX. Untuk kesannya kelas kelasnya menarik ya, pembelajaran yang diberikan juga cukup bagus, interaktif, menyenangkan, to the point, isi penjelasan singkat dan jelas, disana juga dikasih task yang harus kita kerjakan setelah pembelajaran selesai. Kalau untuk mentor karena berbeda materi beda mentor ya, ada yang tegas, menyenangkan ada banyak sih.”(Naswa, 2024)

“Saya kebetulan lagi ngikutin kelas e-learningnya, e-learningnya berupa video dan ada juga soal-soal tes pra dan pasca materi untuk tau pengetahuan kita terkait materi itu, grup diskusinya juga ada disana tapi tidak menutup kemungkinan saya next nya tertarik dan ikut program bootcamp, review cv dan final project nya juga. Untuk kesannya video materi yang diterangkan dan diberikan mudah dipahami, mentor nya baik terus responsive juga, support dan ga judgemental karena aku kan belajar bahasa inggris dari basic agar lebih memperdalam ilmu bahasa inggris, asik sih.”(Mala, 2024)

Sama halnya dengan pendapat informan Naswa, dan Mala memberikan kesan positif pada program *E-learning* yang diikuti di @Myskill.id yaitu tutor yang handal dan sudah berpengalaman di bidangnya dimana kebanyakan orang-orang yang belajar juga karena ingin bergelut di bidang yang sama sehingga dalam penyampaian materi tidak kaku dan mudah untuk mengerti secara singkat. Teori yang disampaikan tidak hanya sebatas teori saja melainkan lebih kepada praktisi nyata sehingga peserta sangat dengan mudah memahami alur dari setiap tema materi yang diberikan.

Akun Instagram @Myskill.id memposting konten-konten utamanya adalah terkait dengan program-program unggulan seperti *E-Learning*, *Bootcamp* dan mentoring.

“Sering, terutama di tiktok. Myskill sering banget lewat tiktok aku, ads nya tu jalan. Mungkin ada 2/ 3 hari sekali muncul. Mereka setiap ada campaign misalnya dalam 3 bulan ada potongan harga, walaupun Cuma sekedar ngenalin aja karena kita tau jasa seperti ini pasti ada saja orang yang butuh informasi tentang karir seperti fresh graduated ataupun mahasiswa. Ads nya sih kalau di tiktok masih sering ya daripada instagram. Aku suka sama konten meme nya, aku juga sering banget lihat kontennya dia yang selalu update dengan tren terakhir yang tersebar padahal didalamnya dia menyelipkan pesan tentang campaign yang mereka jalani..” (Nana, 2024)

Berdasarkan dari masing-masing informan pasti memiliki ketertarikan terhadap setiap postingan di Instagram @Myskill.id. Bagi Informan Nana konten yang paling disukai adalah konten-konten meme yang viral saat ini, seperti jingle pada iklan promosi “Asmara Spikoe”. Dimana dalam kontennya menjelaskan strategi marketing dengan jingle sebagai bentuk *campaign* dalam memperkenalkan produk supaya mudah diingat oleh konsumen. Akan tetapi walaupun konten dibuat meme tetap di akhir konten tentu harus menyelipkan informasi tentang program yang disesuaikan dengan isi konten tersebut sebagai bentuk dari *Advertising Campaign* @Myskill.id.

“Aku ngeliat semua kontennya sih, mulai dari feed yang isinya ada promo, informasi pekerjaan dan lainnya tapi yang paling ku suka konten meme nya sih, lucu, ngikutin trend tapi tetap pada tujuan awal yang menyampai informasi..” (Naswa, 2024)

Sama halnya dengan pendapat informan Naswa bahwasanya konten yang dinilai meanarik pada Instagram @Myskill.id adalah konten yang dikemas dengan meme lucu akan tetapi tetap memberikan informasi tentang program-program @Myskill.id. Pada dasarnya bagi sebagian orang konten-konten yang dikemas dengan menggunakan meme yang lucu dan menarik lebih dipilih ketimbang konten yang sifatnya monoton. Selain memberikan sarana hiburan konten meme yang dibuat juga harus sejalan dengan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak.

“aku sering liat konten bootcamp di iklanin baik di tiktok ataupun di instagram, untuk konten aku lebih suka dan tertarik dengan pembahasan promo terlebih untuk e-learning banyak banget kode promo yang bisa ku pakai dan konten bootcamp sih aku suka juga.” (Irene, 2024)

“konten iklan, kemudian tentang press conference yang baru ini mereka

buat, tips belajar yang baik menurut maudy ayunda beberapa kali aku liat konten tentang itu ya tapi memang lebih banyak tentang konten promosi nya. Untuk kontennya aku lebih suka tips and trik nya sih.”(Mala, 2024)

Berbeda dengan pendapat informan Irene dan Mala yang dimana konten yang dinilai menarik adalah konten yang membagikan kode promo, konten program *E-learning* gratis. Akun Instagram @Myskill.id mayoritas menyematkan kode promo disetiap postingannya. Sehingga Instagram @Myskill.id memiliki dua tujuan *Advertising Campaign* yaitu sebagai sarana edukasi terkait dengan memberikan informasi mengenai program-program *upgrade skill*, sebagai sarana promosi khususnya kepada *followers* maupun khalayak, dan memiliki daya tarik bagi khalayak untuk ikut serta dalam program-program pelatihan melalui harga yang relatif murah dengan menyematkan kode promo dalam setiap postingannya.

Keempat informan memiliki persepsi yang sama tentang @Myskill.Id. Kebanyakan dari informan mengetahui @Myskill.Id dari media sosial TikTok dan Instagram. Dari keempat informan, tiga diantaranya sebagai *followers* kecuali satu bukan sebagai *followers* melainkan sebagai *followers* di akun media sosial lainnya. Akan tetapi pada dasarnya semuanya sama-sama mengetahui tentang Instagram @Myskill.Id sebagai media edukasi yang menyediakan jasa pembelajaran dalam meningkatkan skill, dan juga dalam proses penyebaran informasi terdapat cakupan *Advertising Campaign* dalam pengemasan konten agar dapat menciptakan ketertarikan bagi *followers*.

c. Pendapat *Jobseeker* Terhadap *Advertising Campaign* Edukatif Pada Akun Instagram @Myskill.Id

Pendapat para informan terkait informasi *Advertising Campaign* edukatif tentang *career preparation* pada akun Instagram @Myskill.Id tentunya akan berbeda-beda karena mereka memiliki sudut pandangan yang beragam terhadap informasi yang disampaikan. Pada pembahasan ini, peneliti akan menjabarkan pendapat dari para informan terhadap informasi *career preparation* yang disampaikan dalam akun Instagram @Myskill.Id berdasarkan hasil pemaknaan utama dari informan dalam tahapan awal *encoding* penelitian.

Pendapat informan terkait isi konten Instagram @Myskill.Id ini juga akan

mempengaruhi penilaian mengenai *Advertising Campaign* pada akun Instagram @Myskill.id yang nantinya tentu akan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Adanya perbedaan pendapat ini lahir sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan pengetahuan para informan seputar dunia karier yang berbeda. Perbedaan pendapat ini akan membagi khalayak ke dalam 3 posisi penerimaan menurut Stuart Hall yaitu, *Dominan*, *Negotiated*, dan *Opposite*. Peneliti mengelompokan pendapat berdasarkan 3 program unggulan dari @Myskill.Id.

a) Program *E-Learning*

Program *E-learning* pada akun Instagram @Myskill.Id menawarkan program pelatihan tentang *upgrade skill* seperti *website development*, *English test and scholarship preparation*, *career and self development* dll. Program ini diberlakukan untuk satu kali pembayaran dan akan mendapatkan beberapa materi yang dapat dipelajari langsung melalui video Materi, Bahan Bacaan, Project dan Studi Kasus. Adapun biaya dalam mengikuti program *E-learning* ini bervariasi tergantung paket yang dipilih antara 1 bulan sampai 12 bulan dengan harga rata-rata antara Rp.29.000 sampai Rp.179.000. Keuntungan program *E-learning* yang diperoleh: belajar fleksibel via video materi, bahan bacaan, project dan studi kasus; praktikal & actionable; bertahap dari level dasar hingga lanjut, grup komunitas diskusi lifetime dan kelas gratis tiap bulannya.

Dalam tindakan *Advertising Campaign* pada program *E-learning* pada akun Instagram @Myskill.Id sifatnya sama. Artinya konten yang ditampilkan baik dalam postingan *post*, *reels* maupun *history IG* memiliki karakter yang sama yaitu menggunakan latar audio music diikuti dengan talent yang bersuara ataupun hanya memperagakan saja, menampilkan setiap *benefit* yang diperoleh dan menyertakan *link* pendaftaran dengan penyampaian informasi yang jelas, padat, singkat dan mudah dipahami oleh khalayak.

Salah satu postingan konten terkait dengan Program *E-learning* tentang “35 Ribu buat langganan *E-learning*?”. *Campaign* yang ingin disampaikan dalam konten tersebut adalah adanya promo Program *E-learning* dengan menggunakan kode promo “SKILLHEBAT6” sudah mendapatkan berbagai

keuntungan seperti +1000 materi video dan praktik portofolio, sertifikat setiap materi dan dapat join grup komunitas. Konten dibuat dengan sangat singkat sekali yang dimana talent yang hanya bergerak dan menunjuk pada sebuah tulisan tanpa bersuara. Adapun yang menjadi pusat dari *Advertising Campaign* adalah kata “35 Ribu” sudah mendapatkan pelatihan program *E-learning*. Kemudian pemberian caption “Cuma 35K bisa untung banyak buat upgrade skill, pakai kode promo SKILLHEBAT6” bisa menjadi pengingat bagi setiap khalayak untuk mengikuti program tersebut.

“Menurut aku informasi yang disampaikan itu real, teman aku sendiri juga beberapa kali pernah ikut e-learning atau bootcampnya dengan pembayaran menggunakan kode promo yang ditawarkan dari ads ataupun konten kreator yang bekerjasama dengan mereka. Apa yang ditawarkan dia juga worth it untuk anak yang benar mau nyoba trial and error sama skill yang mau dipelajari. Menurutku marketingnya oke tidak repeat ya bagus, kita tidak harus bayar mahal. Tapi memang di tanggal tertentu saja dia ngelakuin iklan promo itu tadi.” (Nana, 2024)

“Kalau menurut aku itu worth it ya 35K bisa dapat 1 bulan Atau bahkan semua kelasnya bisa dapat, itu kan sangat amat worth it karena dalam 1 bulan kita bisa mempelajari banyak skill dalam satu waktu. Itu kan langka yaa, kalau di platform biasa kita mau belajar satu paket itu 450K sampai 600K kan, Nah itu sangat bagus untuk dibeli dan dicoba. Maka dari itu pasti banyak juga dari ngeliat konten tersebut tertarik dengan informasinya terlebih murah dan fasilitas yang diberikan banyak.” (Naswa, 2024)

Menurut informan Nana dan Naswa pesan yang disampaikan benar-benar nyata dengan hanya membayar Rp.35.000 sudah mendapatkan beberapa materi baik berupa video dan portofolio serta *benefit* yang lainnya selama 1 bulan. Informan Nana dan Naswa menilai *Advertising Campaign* sangat *worth it*, dimana pesan promosi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak dan menjadi daya tarik tersendiri. Adapun kekurangan dari isi konten tersebut tidak mencantumkan kapan kode promo berakhir, sehingga pada suatu waktu beberapa dari khalayak tidak bisa menggunakan kode tersebut.

“Kalo menurut saya itu memang murni marketing, karena beberapa kali dapat informasi dari teman kalau harga yang mereka beli bukan dengan nominal yang dicantumkan. Memang promo murah itu berlaku, kelas ya dibawah harga 200K saya pun beli seharga 99K, mungkin memang ada yang beli dengan harga 35K yang kemungkinan materi yang didapat tidak

sebanyak apa yang materi yang jobseeker beli dengan harga diatas 35K.”(Mala, 2024)

Seperti informan Mala yang memiliki pengalaman bahwasanya harga yang tertera tidak sesuai seperti yang dipromosikan. Sehingga konten ini hanya konten *marketing* biasa yang menggiring khalayak untuk membuka link tersebut. Berdasarkan dari informasi yang ditampilkan bahwasanya informasi program tersebut dikhususkan untuk program *E-Learning* saja berbeda dengan program *bootcamp* maupun program mentoring. Kelemahan dalam konten ini pun tidak mencantumkan program yang sedang diadakan promo akan tetapi hanya tertera pada tulisan *caption* link pendaftaran: myskill.id/elearning.

“Informasi yang disampaikan terlalu hardselling ya, menurutku informasi tersebut secara tulisan kurang menarik sih mungkin bisa dikemas lebih baik, bahasanya lebih modern lebih menarik lah. Kalau untuk jobseeker pemburu promo pasti bakal tertarik sih, karena dari headline nya sudah tertera cuma 35K dan kapan lagi bisa dapat harga segitu dengan fasilitas yang cukup banyak..”(Irene, 2024)

Melalui wawancara, informan Irene mengeluarkan pendapat bahwasanya informasi yang dikemas kurang menarik dan masih mengandung makna ambigu. Akan tetapi secara keseluruhan untuk khalayak pemburu promo mencantumkan kata-kata **35K** sudah menjadi daya tarik.

Dalam konten program *E-learning* lainnya seperti “Diterima kerja karena belajar *Career Development* di *E-Learning*” dimana cara pengiklanan program tersebut masih sama hanya dengan membayar biaya sebesar Rp.35.000 sudah mendapatkan +40 topik tentang *Career Development*. Konsep dari konten yang dibuat sama seperti konten sebelumnya dengan background, kata-kata tulisan dalam konten, talent yang hanya bergerak dengan terdapat kode promo yang dicantumkan “SKILLHEBAT6” salah satunya dapat digunakan dalam program *Career Development*.

“Dari segi marketing OK pesan yang ingin disampaikan bisa diterima secara umum. Mungkin memang tujuannya program ini hanya sebatas promosi saja sehingga isi konten sangat jelas, singkat dan padat. Kalau saya dari segi pribadi untuk program ini belum pernah karena bukan kemampuan untuk jobsdesc saya” (Nana, 2024)

“sama seperti konten sebelumnya worth it, promosi yang disampaikan

menarik dan mudah diterima isi dari pesan yang ingin disampaikan.”(Naswa, 2024)

Menanggapi hal tersebut Informan Nana dan Naswa memberikan tanggapan yang sama dari sisi *Advertising Campaign*. Dimana Informan berpendapat bahwasanya dari segi *marketing* penyampaian informasi dalam konten ini langsung *to the point*, artinya singkat, jelas dan padat. Sehingga konten yang ditampilkan murni hanya informasi promosi terkait dengan program *Career Development* saja.

“sama seperti konten sebelumnya informasi masih hardselling, konten konsepnya monoton ya mungkin itu gaya atau memang konsep dari Myskill.id sendiri. Cuma mungkin masih bisa dikemas lebih baik lagi. Kalau dari segi informasi sih sudah dapat menarik khalayak terutama adanya kode promo itu tadi.”(Irene, 2024)

“kalau dari segi promosi ini marketingnya bagus konsep kontennya singkat. Akan tetapi kalau saya lihat monoton atau semua nya hampir sama dalam mempromosikan setia program-program. Berbeda dengan konten meme maupun tips dan trik ya ada beberapa sih konten tersebut. Yang pasti kalau dari segi promosi bagus terkait konsep mungkin itu gaya dari mereka itu sendiri membangun personal branding nya seperti itu.”(Mala, 2024)

Beda halnya dengan informan Irene dan Mala yang menambahkan bahwasanya konsep dari konten tersebut monoton. Dimana setiap konten yang di *posting* konsepnya sama sehingga dinilai kurang menarik sehingga perlu adanya *rebranding* untuk membangun konsep yang baru.

Pada dasarnya dari segi konsep konten pada setiap postingan Instagram @Myskill.Id khususnya untuk konten promosi program memang memiliki gaya yang sama. Seperti warna background hijau toska, penempatan tulisan yang sama walaupun dengan gaya yang berbeda, menggunakan talent yang bersuara maupun hanya memperagakan, dan di dalam isi konten tetap menampilkan *benefit* yang diperoleh, link pendaftaran dan kode promo yang dapat digunakan. Hal ini bisa sebagai bentuk salah satu identitas dari akun tersebut untuk membangun *branding* yang berbeda dengan konten-konten di akun lainnya yang sejenis.

Selain konten promosi, terdapat konten trik dan tips seputar *career*

preparation seperti tips menghadapi *interview*, CV yang baik, dan tips lainnya. Sebagai bukti untuk memberikan penilaian nyata kepada khalayak pengguna Instagram @Myskill.Id juga menampilkan semacam testimoni dari para member yang kemudian dikemas dalam postingan konten. Seperti dalam postingan konten “Upgrade Skill di E-Learning Bersertifikat: *Human Resource Development*”. Pada dasarnya testimoni maupun potongan video materi yang ditampilkan dapat menjadi daya tarik untuk menimbulkan kepercayaan pada khalayak dengan program *E-learning* yang ditawarkan bahwasanya video materi yang diberikan dikemas secara detail pada setiap materinya.

“dalam konten tersebut bagus untuk membangun branding dan trust bagi khalayak” (Nana, 2024)

“sama seperti yang saya peroleh pada saat mengikuti e-learning bahwasanya video yang diberikan benar-benar bagus mengulas setiap materi dari akar sampai ke materi yang sulit untuk dibahas secara mendetail.”(Naswa, 2024)

Keempat informan Nana, Irene, Naswa, dan Mala menanggapi secara keseluruhan bahwa konten terkait dengan program *E-Learning* ini memberikan banyak manfaat yang mana *followers* dapat mengikuti program pengembangan *soft skill* dengan harga yang murah dengan manfaat ilmu yang banyak. Informasi yang disampaikan dalam konten program *E-Learning* dinilai memiliki nilai *Advertising Campaign* yang bagus, dimana konten langsung *to the point* pada tujuannya yaitu promosi. Penjelasan dari setiap isi sangat singkat, padat dan jelas tentang apa yang ingin dipromosikan, mendapatkan *benefit*, link pendaftaran dan kode promo.

“untuk promosi sangat bagus untuk menarik khalayak. Kalau saya pribadi saya justru lebih suka seperti ini dengan menampilkan banyak testimoni, dari para member. Sehingga yakin ketika mengikuti program ini.”(Irene, 2024)

“worth it sekali. Saya suka dengan testimoni-testimoni yang ditampilkan. Apalagi konten yang menampilkan para member yang sudah diterima kerja. Itu membuat saya lebih bersemangat lagi.”(Mala, 2024)

Pendapat yang dilontarkan Informan Irena dan Mala dapat dijadikan penilaian dari konsep konten itu sendiri yang dimana mereka menilai konsep

konten yang ditampilkan monoton. Artinya gaya penyampaian promosi yang dilakukan memiliki konsep yang sama. Jika dilihat dari sisi membangun *branding* hal ini dinilai sangat wajar untuk menerima kritikan dan saran, namun dalam membangun *branding* justru diperlukan sebuah identitas yang membuat konten tersebut berbeda dengan konten lainnya. Sehingga kerap kali khalayak tidak memahami hal tersebut pasti dinilai monoton atau tidak bervariasi.

b) Program *Bootcamp*

Program *Bootcamp* berbeda dengan program *E-Learning* sebelumnya. Program *bootcamp* ini system yang digunakan *Intensive Live Class* bersama *Experts*, praktikal dan mendalam. Sistem pembelajaran lebih kepada kombinasi case study, diskusi dan praktik di tiap sesi pertemuan. Adanya system group mentoring semi-privat sehingga memudahkan setiap member untuk saling berinteraksi dan berbagi ilmu. Program *bootcamp* juga menawarkan promo pada setiap konten yang diunggah, akan tetapi promo tersebut mempunyai waktu rentangan yang sudah ditentukan oleh @Myskill.Id. Tagline salah satu kontennya berupa “Bootcamp Toefl Super Affordable, Emang Ada?”. Dalam konten ini talent ingin menyampaikan mengenai ketersediaan program 2 bulan *toefl preparation* di *intensive bootcamp* dengan didampingi oleh tutor yang ahli. Adapun tindakan *Advertising Campaign* yang ditekankan dalam konten tersebut berupa tulisan “hanya dengan membayar Rp.50.000 bisa mengikuti kelas *intensive bootcamp* selama 2 bulan” dengan kode promo “KELASTOEFL”.

“kalau dari sisi segi promosi konten tersebut informasi yang diberikan singkat dan padat ditambah dengan talent yang berkomunikasi dengan baik dan menjelaskan tentang apa saja yang ada dalam materi *toefl preparation*.” (Nana, 2024)

“konsepnya sama seperti promosi program-program sebelumnya.” (Irene, 2024)

“informasi ini sangat pas sekali untuk orang-orang yang membutuhkan pelatihan atau persiapan untuk *toefl*. Informasi yang ditampilkan sangat informatif sekali, dan promosinya baik. Unggulnya dalam setiap program @Myskill.Id memberikan kode promo dengan harga yang murah untuk kelas *bootcamp*. ” (Naswa, 2024)

“kalau dari segi tampilan konten, menarik. Apalagi dengan keuntungan yang diperoleh banyak, hanya dengan membayar 50rb saja bisa mengikuti program bootcamp selama 2 bulan. Sedangkan kalau di tempat lain pasti menawarkan harga lebih dari itu. kalau untuk saya sendiri saya tertarik.” (Mala, 2024)

Informan Nana, Irene, Naswa, dan Mala sependapat bahwasanya dari segi promosi pada konten yang diposting dalam akun Instagram @Myskill.Id, informasi yang disampaikan dinilai informatif karena dapat tersampaikan kepada *followers*. Dari segi tampilan dan isi dinilai singkat dan langsung pada sasaran tujuan. Dalam program *bootcamp* juga ada program *free short class* secara gratis pada waktu-waktu yang telah ditentukan dan mendapatkan e-sertifikat secara gratis. Materi yang diberikan pada saat program *free short class* biasanya hanya tertentu, dan waktu pelaksanaan *free short class* sendiri telah ditentukan oleh @Myskill.Id yang disesuaikan dengan kondisi riset pasar.

“Kalau aku pengguna baru mungkin aku tertarik ya karena kita masih bener-bener terawang dan kita bingung pengennya apa. Mungkin dengan gratis itu pengguna baru jadi tertarik terlebih bisa mempelajari berbagai skill. Tapi kalau misalnya aku sudah pernah ngejalanin kelas sebanyak mungkin aku kurang tertarik karena hal yang gratis itu pasti belum tentu kita dapat yang daging-dagingnya.” (Nana, 2024)

Berdasarkan pengalaman mengikuti *bootcamp*, Informan Nana berpendapat yang mana bagi member baru pastinya *free short class* akan menarik karena mendapatkan secara gratis. Namun jika hal tersebut sifatnya tidak berbayar atau gratis tidak akan mendapatkan hasil yang maksimal. Artinya informasi materi dalam kelas *free short class* hanya pada materi dasar saja tidak mengulas lebih maksimal.

“Mungkin yang menarik itu kata “bersertifikat” ya mungkin dari headline mereka yang jadinya buat menarik padahal ya sama aja dari webinar, short class, dan online class mana pun pasti kita dapat sertifikat juga. Kalo untuk aku sendiri aku tidak tertarik terlebih aku sudah pernah ikut short class yang mana pengalaman serta materinya lebih baik mengikuti bootcamp bahkan final project.” (Irene, 2024)

Sama halnya dengan pendapat informan Irene mengungkapkan dengan promosi yang mengatakan “sertifikat gratis” sudah pasti sangat membuat khalayak tertarik. Terlebih dengan program-program yang banyak dibutuhkan

otomatis akan banyak menarik perhatian seseorang untuk mengikuti program tersebut. Namun hal tersebut akan berbeda pendapat antara *followers* yang belum pernah mengikuti *bootcamp* dan yang belum pernah mengikuti kelas *bootcamp* berbayar.

“Tentu, anak jaman sekarang itu suka yang namanya gratisan. Kapan lagi kita bisa belajar dengan gratis tentang hal-hal yang belum kita kenal yang istilahnya ilmu barulah. Liat aja kalau kita mau booking kelasnya myskill pasti penuh terus setiap sesinya, karena ada promo dan update-an tentang gratis dan itu fakta gratis. Aku yakin semua orang juga bakal senang dan suka dengan hal itu.” (Naswa, 2024)

Pernyataan lain diungkapkan oleh informan Naswa dimana promosi dengan kata “gratis” sudah pasti akan menjadi daya tarik tersendiri. Terlebih mayoritas orang pasti akan lebih antusias dengan hal-hal yang tidak berbayar tanpa memikirkan apa yang nanti akan diperoleh. Walaupun kedepannya materi yang diberikan tidak sesuai dengan harapan atau hanya pada materi dasar saja dipastikan khalayak tidak akan kecewa karena sistemnya tidak berbayar. Akan tetapi menjadi daya tarik dalam mengikuti program-program lain untuk lebih dalam membahas materi-materi yang dibutuhkan di @Myskill.Id.

“Menurutku pengemasan promosi dengan kata gratis ini tentunya membuat jobseeker atau followers nya tertarik, dimana jaman sekarang terutama gen z suka banget dengan hal hal gratis terlebih yang kelas gratis ini merupakan kelas untuk mereka menambah ilmu baru. Walaupun beberapa orang pasti berpikir tidak mungkin gratis tapi dengan pancingan kata gratis pasti banyak followers tertarik untuk mencari tahu informasi tersebut atau bahkan menggunakan program kelas gratis tersebut.” (Mala, 2024)

Sama halnya dengan pendapat informan Mala sebagai *fresh graduate* yang belum bekerja, program *soft skill* yang gratis dan sudah dengan mendapatkan *e-sertifikat* pasti banyak yang melirik untuk dapat mengembangkan kemampuan diri. Konten postingan Instagram @Myskill.Id salah satu utamanya adalah untuk menarik khalayak bergabung dalam setiap program yang di promosikan.

Konten-konten lain yang menampilkan postingan tentang *review* alumni member yang sudah mengikuti program *bootcamp* juga dapat dijadikan sebagai bentuk *Advertising Campaign* dalam konten Instagram @Myskill.Id. Penyampaian cerita tentang pengalaman member setelah mengikuti program

bootcamp dapat menjadi daya tarik, dimana seseorang akan lebih yakin lagi untuk ikut bergabung setelah mendapatkan testimoni dari pada member. Bahwasanya program *bootcamp @MySkill.Id* sangat ber kredibilitas, full materi secara *online* dipandu oleh tutor senior yang berkompeten di bidangnya. Contohnya seperti postingan “diterima sebagai *social media specialist* Usai Belajar di *Bootcamp MySkill.Id*”. Talent yang bernama Soraya ratna Pratiwi memberikan testimoni sekaligus menceritakan pembelajaran apa yang diperoleh yang kemudian testimoni tersebut dimuat berupa video terkait keuntungan selama mengikuti *bootcamp digital marketing* di *@MySkill.Id* dan diterima bekerja sebagai *social media specialist*.

“Pertama yang bisa aku ambil dari testimoni itu berarti branding nya dan programnya yang ditawarkan works untuk banyak orang, kemudian mungkin itu bisa jadi tehnik marketing supaya orang yang putus asa atau yang belum keterima kerja akan lebih tertarik setelah dia melihat postingan itu. Ngerasa semangat dan termotivasi untuk menggunakan jasa program myskill itu. Tapi sebenarnya banyak yang sudah menggunakan teknik seperti itu, kalau setiap yang sudah lulus program akan dipampangkan sebagai pancingan untuk orang lain lebih tertarik untuk menggunakan jasa nya.” (Nana, 2024)

Menurut pandangan informan Nana, *Branding* dari testimoni yang ditampilkan dan dipromosikan sangat bekerja bagi *followers*. Selain itu dapat dijadikan motivasi bagi khalayak yang belum keterima kerja, memiliki waktu luang untuk dapat mengasah kemampuan, memperoleh pengetahuan yang baru dengan mengikuti program tersebut.

“Lebih ke motivasi ya, ternyata banyak lulusan mereka yang kerja di perusahaan bagus. Ketika aku lihat pun bisa nih aku juga belajar supaya bisa kaya mereka juga”(Irene, 2024)

“Untuk aku sendiri sih dengan adanya testimoni ini membuat aku semangat ya tentunya, jadi termotivasi kalau ternyata banyak loh yang bisa dan sama sama lagi mengasah skill yang sama. Ada beberapa yang menurutku susah atau bahkan aku ga ngerti, tapi dengan adanya itu aku yakin sih kalau aku juga pasti bisa lulus dan masuk untuk bergabung dengan perusahaan besar”(Naswa, 2024)

Pendapat lain juga diberikan oleh Irene dan Naswa yang mana keduanya telah bekerja dibidang yang berbasis *social media* bahwasanya teknik mengumpulkan motivasi dari beberapa member yang sudah bekerja sebagai

salah satu mengangkat *branding* @Myskill.Id. Terlebih program ini dijalankan dengan sistem *online* dan kelas berbayar sehingga memang diperlukan adanya bukti dengan testimoni-testimoni dari alumni member.

“Dapat dikatakan hasil dan proses orang berbeda-beda, menurut saya sangat bagus ya myskill mencantumkan testimoni penggunanya yang menjelaskan selama program atau bahkan sekarang sudah diterima di perusahaan, dari apa yang saya lihat juga testimoninya sangat bagus, lengkap serta mereka pun sangat merekomendasikan untuk jobseeker menggunakan myskill. So why not untuk mencoba, pasti dengan testimoni kebanyakan orang dan termasuk saya pun jadi lebih termotivasi.” (Mala, 2024)

Sama halnya dengan informan Mala sebagai *fresh graduate* dan masih mencari pekerjaan, dengan mendengarkan testimoni dari member dapat dijadikan motivasi untuk tetap percaya diri dan optimis.

Informan Nana, Irene, Naswa, dan Mala menanggapi secara keseluruhan bahwa konten terkait dengan program *bootcamp* ini memberikan banyak manfaat. Materi yang disampaikan secara daring dengan full bersama tutor senior yang berpengalaman dibidangnya, waktu pelaksanaan program relatif lebih lama karena berjalan minimal 10 sampai 16 sesi pertemuan bahkan ada yang berdurasi 2 bulan untuk materi-materi tertentu. Informasi yang disampaikan dalam konten program *bootcamp* dinilai memiliki nilai *Advertising Campaign* yang bagus, dimana konten langsung *to the point* untuk melakukan promosi.

c) Terhadap program Mentoring

Program mentoring adalah salah satu program dari @Myskill.Id yang menawarkan *review* CV dan penulisan dokumen lengkap untuk *career preparation*. Adapun keuntungan yang diperoleh dalam program mentoring ini seperti CV akan direview langsung oleh HRD professional yang akan mendapatkan pembahasan detail dan mendalam untuk setiap detail pengisian CV, editing pembuatan CV serta contoh di tiap poin CV yang dibuat. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan peluang diterima magang dan kerja *full-time* dengan bantuan HRD mulai dari Review CV, template surat lamaran,

hingga persiapan wawancara. Program mentoring terdapat 3 pilihan yaitu program template dengan harga Rp.10.000 untuk mendapatkan template lamaran kerja, CV, email lamaran berbahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Kemudian program review 1 kali dengan harga Rp. 15.000 dan program 3 kali review dengan harga Rp.35.000 dalam 3 bulan dengan ketentuan dapat 1 x review selama 1 bulan, mendapatkan template lamaran kerja, CV, email lamaran berbahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Selain itu program mentoring juga menyediakan program konsultasi privat dengan harga Rp.50.000, *benefit* yang diperoleh jauh lebih lengkap dengan penambahan 30 menit sesi konsultasi bersama HR Career Consultant dan bahasan topik yang beragam terkait persiapan karir. Program mentoring lainnya juga menyediakan program 6 bulan exclusive job-guarantee mentoring, privat dan jaminan kerja.

“Karena aku pernah ikut beberapa kali myskill dan akun lain, memang lebih banyak myskill ya. Untuk konten yang berbau copywriting karena aku juga copywriter mungkin memang itu dibuat oleh tim marketingnya. Kalo menurutku tentang mentoring 1 mentor 1 siswa, kayanya tidak 100% dilakukan sampai kita lulus dan masuk kepada perusahaan yang kita mau. Karena walaupun kita ikut di lembaga tertentu mereka memang akan membantu kita mendapat nilai ataupun ilmu, namun dari kita sendiri yang harus giat dan ambil kesempatan itu. Jadi untuk mentor ataupun dosen, walaupun kita dibimbing sampai ujung tapi kita yang tidak menjalankan dengan serius juga percuma karena pasti para mentor akan membimbing peserta yang serius mau menjalani dan menggali serta mendapati ilmu yang banyak. Jadi itu terjadi hampir semua bootcamp atau platform yang menjual jasa bidang pendidikan nonformal itu pasti ada, tapi tidak untuk satu mentor satu siswa dan yang biasanya terjadi satu mentor membimbing satu kelompok yang berisi 5-10 siswa” (Nana, 2024)

Menurut Informan Nana, system mentoring sampai diterima kerja tidak 100% akan dilakukan, dan system mentoring tidak mungkin dilakukan secara privat untuk satu member saja. Akan tetapi mentor akan dilakukan dengan sekaligus beberapa siswa atau peserta yang kemudian dalam forum tersebut barulah memberikan trik dan tips khusus bagaimana untuk dapat membuat CV yang menarik, pemberian template lamaran pekerjaan, mentoring persiapan ketika menghadapi *interview*. Hal ini dikarenakan tingkat keberhasilan seseorang lolos diterima kerja atau gagal bergantung pada niat dan kerja keras masing-masing individu.

“terkait dengan program mentoring khususnya program pendampingan saya nilai itu sangat bagus sebagai solusi bagi orang-orang yang memang membutuhkan pendampingan karena kesulitan pasca mencari kerja. Seperti pengalaman saya yang sebelumnya pernah mengikuti program Myskill.id mentoring yang diberikan mungkin tidak sampai diterima kerja akan tetapi dievaluasi ketika akan menghadapi proses seleksi selama kerja dengan memberikan tips dan triknya secara mendalam. Akhir yaitu akan berhasil atau tidak kembali kepada individunya bisa mengimplementasikan ilmu yang diperoleh atau tidak.”(Irene, 2024)

Menurut informan Irene dalam wawancara, selama mengikuti program *bootcamp* sebelumnya. Program mentoring yang dilakukan informan Irene tidak sampai diterima kerja akan tetapi mentoring dilakukan sampai member benar-benar paham akan teknik, tips dan trik ketika akan ikut seleksi kerja. Sedangkan untuk tingkat keberhasilan lolos atau tidaknya diterima kerja tergantung pada kemampuan masing-masing individu.

Konten yang berkaitan dengan program mentoring pada postingan akun @Myskill.Id yaitu “dapatkan review CV dan puluhan template lamaran kerja”. Dimana biaya program tersebut sebesar RP.12.500 dengan 5 poin keuntungan yaitu *review CV* dengan HRD, 20+ *template CV* (Indonesia dan Inggris), 10+ *template surat lamaran*. 10+ *template email lamaran kerja* dan 100+ *full keyword* untuk CV.

“Memberikan informasi secara konten iklan tentang mentoring menurutku bagus ya, tapi konten ini berguna untuk orang-orang yang membutuhkannya karena kadang ada orang yang perlu menggunakan jasa mentor untuk mendukung dan membantu ia ketika tidak mengerti pada suatu materi tapi kadang juga sebaliknya mereka lebih nyaman untuk belajar sendiri dan mereka cukup yakin dan mempunyai pemahaman yang baik sehingga tidak perlu menggunakan mentor. Untuk informasi itu ku rasa cukup bagus dan terlihat myskill menyediakan semuanya mulai dari mentornya maupun materi dan programnya.”(Naswa, 2024)

Informan Naswa memberikan pendapat bahwasanya konten ini dinilai sangat bagus khususnya bagi individu yang membutuhkan pendampingan. Menurut pengalaman, informan Naswa tentu pernah menghadapi bagaimana fase ketika ingin melamar pekerjaan. Sehingga memiliki kondisi yang memerlukan adanya bantuan mentoring untuk menghadapi proses seleksi kerja sebab terkadang ada beberapa hal yang memang kesulitan ketika menuliskan isi

dan tulisan CV standar sehingga tidak menarik oleh HRD.

Penulisan informasi seputar kelengkapan informasi diri berupa pengalaman, kompetensi, dan skill yang dimiliki pelamar harus relevan dengan posisi pekerjaan diinginkan. Oleh karena itu, rangkuman diri pelamar perlu dibuat detail dan jujur dengan memperhatikan relevansi pengalaman dengan posisi yang dilamar agar HR menilai bahwa layak dipilih sebagai kandidat yang tepat.

Dalam postingan konten pada akun Instagram @Myskill.Id tidak hanya menampilkan terkait dengan promosi program-program. Akan tetapi terdapat konsep *Advertising Campaign* dalam pembuatan konten seputaran informasi yang bermanfaat. Salah satunya adalah konten “tipe-tipe CV Red Flag menurut HRD”. Tips tersebut diberikan oleh alumni member yang sudah diterima kerja sebagai karyawan rata.id sebagai *people and culture*. Dalam isi konten tersebut menjelaskan poin-point yang membuat CV redflag yaitu CV yang tidak sesuai dengan lamaran yang dituju; tidak menunjukkan soft skill dengan baik; dan tidak menunjukkan *achievement*. Salah satu informan Nana sependapat dengan pernyataan tersebut bahwasanya dengan menjabarkan secara detail latar belakang, pengalaman dan keterampilan dalam CV sangat baik. Sebagai seorang HR pasti kesan pertama yang dilihat adalah profil yang tercantum dalam CV yang diajukan. Jika CV yang dibuat menarik, informasi yang diberikan komprehensif tidak menutup kemungkinan HR akan menjadikan sebagai kandidat.

“Oke kalau misalnya untuk CV kalau menurut saya memang perlu dijelaskan dengan detail. Bagaimana CV itu kita buat supaya HRD ketika melihatnya tertarik dan penasaran dengan profil kita sehingga masuk dalam kandidat tahap selanjutnya. CV dengan tampilan yang menarik dan isi yang berbobot juga sangat diperlukan. Pointnya bagaimana jangan terlihat berlebihan dan dianggapnya over tuliskan yang benar-benar relevan dengan jabatan yang kita lamar” (Nana, 2024)

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Irene, di mana penulisan pengalaman yang relevan dengan posisi yang dilamar tentunya menambah value diri kita, dalam artian pelamar sudah tidak asing dengan jobdesc tersebut.

“paling relevan dengan posisi yang akan dilamar dan menjabarkannya secara detail? Mengapa? Penting sih karena buat awalan pasti recruiter

mereka pasti baca dari CV ya, kaya sebelumnya pelamar ini ngelakuin kegiatan apa aja karena semuanya pasti tertera di sana. Jadi usahakan pada CV lengkap, terutama data diri, pengalaman kerja/organisasi dan skill jabarkan saja secara padat dan jelas. Tidak perlu panjang, namun berpoin yang penjelasannya dapat dimengerti.”(Irene, 2024)

Pendapat Naswa dan Mala juga menyetujui pernyataan tersebut. Menurutna, CV merupakan rangkuman diri pelamar yang perlu dibuat detail dan jujur dengan memperhatikan relevansi pengalaman dengan posisi yang dilamar agar HR menilai kita adalah orang yang profesional dan dipilih sebagai kandidat yang tepat.

“Paling relevan dengan posisi yang akan dilamar dan menjabarkannya secara detail? Mengapa? Harus sih wajib, karena melalui penjelasan dan penjabaran CV pihak perusahaan akan tau kita layak atau tidak bergabung di perusahaannya dan dari penjelasan kita juga perusahaan/hrd akan melihat kita sebagai tipe orang yang seperti apa disaat bekerja. Makanya menurutku penting kita menuliskan poin penting dan penjelasan pada CV terlebih poin data diri, experience dan pendidikan terakhir.”(Naswa, 2024)

“Harus sih wajib, karena melalui penjelasan dan penjabaran cv pihak perusahaan akan tau kita layak atau tidak bergabung di perusahaannya dan dari penjelasan kita juga perusahaan/ HRD akan melihat kita sebagai tipe orang yang seperti apa disaat bekerja. Makanya menurutku penting kita menuliskan poin penting dan penjelasan pada CV terlebih poin data diri, experience dan pendidikan terakhir..”(Mala, 2024)

Dalam konten yang diposting akun Instagram @Myskill.Id juga menampilkan tips dan trik 3 hal yang bikin HR *ilfeel* sewaktu *interview*. Tips dan trik ini diberikan oleh salah satu alumni member yang suda diterima kerja karyawan Pt. Garuda Metalindo Tbk sebagai *training development*. Berdasarkan pengalamannya ia membagikan informasi terkait 3 hal saat *interview* yang membuat HR menjadi *ilfel* yaitu tidak memberikan informasi secara detail terkait dengan skill yang dimiliki, penjelasan saat wawancara tidak sesuai dengan yang dituliskan di CV atau tidak dilampirkan, dan penjelasan yang kurang komunikatif.

Postingan konten sebagai salah satu bentuk promosi yang bernilai. Dimana konten tidak hanya mempromosikan program saja melainkan memberikan tips dan trik seputar *career preparation* yang diiringi informasi

terkait dengan program mentoring untuk kelas persiapan *interview*, *skill* dan teknik saat menghadapi wawancara sangat diperlukan sehingga HR bisa menilai karakter setiap individu layak atau tidaknya menjadi kandidat untuk ketahap selanjutnya..

“Perlu banget sih, yang ku pelajari selama bertahun tahun interview dengan banyak orang sampai cari kerjaan sana sini. Yang aku pelajari adalah sebelum interview kita harus tau apa yang harus kita jawab, kan kita pasti tau kan gambaran biasanya apa aja pertanyaan yang ditanyakan HRD. latihan ngomong depan kaca biar secara pelan bisa mengurangi rasa canggung takut agar nanti saat ditanya tidak tiba tiba bingung dan hilang akal. Perlu untuk melatih hal-hal kaya gitu, karena tidak semua orang suka ngobrol sama orang.” (Nana, 2024)

“Ku rasa sangat diperlukan ya, karena dari bagaimana kita menjawab dan berbicara, komunikasi kepada HRD bahkan postur tingkah laku akan menjadi nilai yang nantinya akan dipertimbangkan untuk kemudian bisa bergabung pada perusahaan.” (Irene, 2024)

“Butuh si menurut aku biar kita lebih pede sih biar nggak kebelit-belit saat menjawab pertanyaan interview dari HRD.” (Naswa, 2024)

“Tentu, karena segala hal butuh persiapan terlebih latihan menjawab pada saat interview yang dimana HRD akan melihat bagaimana cara kita menjawab, penuturan dan penggunaan kata/kalimat yang kita keluarkan serta bagaimana kita berperilaku. Maka dari itu pentingnya kita harus mempelajari terlebih dahulu bagaimana cara menjawab pertanyaan secara baik, singkat, padat dan jelas agar nantinya pada saat proses interview kita tidak grogi atau bahkan lupa dengan apa yang kita persiapkan.” (Mala, 2024)

Berdasarkan pernyataan dari keempat informan Nana, Irene, Naswa, dan Mala persiapan dalam menghadapi *interview* sangat diperlukan. Dimana individu harus memperhatikan cara berkomunikasi, gestur tubuh, penampilan dan sikap ketika menjawab pertanyaan yang diberikan oleh HR. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam saat *interview* yaitu harus mencari banyak referensi terkait dengan apa saja yang mayoritas akan ditanyakan pada saat *interview*. Kondisi ini yang menjadikan mayoritas individu memerlukan mentoring untuk dapat menghadapi proses *interview*. Berbeda dengan individu yang memiliki latar belakang pengalaman sebelumnya, pasti tidak akan kesulitan ketika menghadapi *interview*.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan berdasarkan pernyataan keempat informan terkait dengan konten program mentoring yang diposting dalam akun Instagram @Myskill.Id memberikan banyak peluang bagi yang membutuhkan khususnya bagi pencari kerja. Dari segi nilai *Advertising Campaign* konten yang ditampilkan dinilai memberikan nilai promosi yang sangat bagus, dimana promosi yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat diterima dengan baik.

d. Pemaknaan *Jobseeker* Terhadap *Postingan* Konten Edukatif Pada Akun Instagram @Myskill.Id

Pemaknaan dapat diartikan sebagai cara seseorang dalam memahami dan menafsirkan sesuatu. Penafsiran makna tersebut melibatkan cara berpikir seseorang sesuai dengan latar belakang pengalaman dan pengetahuan mereka yang tentunya akan menghasilkan interpretasi tergantung dari subjektivitas masing-masing individu. Adapun pemaknaan terhadap informasi dalam menarik khalayak untuk mengikuti program di @Myskill.Id dalam mempersiapkan pengembangan karier dalam dunia kerja. Seperti ungkapan informan Nana sebagai karyawan yang bekerja sebagai *content creator* menilai secara keseluruhan terkait dengan konten pada akun media social Instagram @Myskill.Id termasuk dalam konten dengan memiliki konsep yang simple, penulisan *font* yang unik, pemilihan warna cerah pada background, dan dari segi *copywriting*-nya juga sudah bagus dimana *layout* yang fokus pada tujuan.

“Tampilan dari myskill itu sebetulnya simple, menurutku desainnya sudah pas, pemilihan font dan warnanya juga cantik warna yang memanjakan mata, dari segi copywritingnya juga sudah bagus. Layout nya buat kita fokus kepada apa yang mereka sampaikan yang dimana mereka tidak menggunakan layout yang ribet panjang dan rumit sehingga apa yang dimaksud juga dapat tersampaikan untuk followers.” (Nana, 2024)

Sependapat dengan Informan Irene dan Mala bahwa kata-kata yang disampaikan dalam konten mudah untuk dipahami, isinya padat, singkat dan jelas. Apa yang disampaikan dalam konten langsung kepada tujuan promosi terkait dengan program-program @Myskill.Id.

“Tidak banyak kata yang bertele-tele sih kalo dari beberapa konten yang aku lihat, mereka kasih keterangan yang jelas. Jadi aku pas liat nangkepnya juga langsung tau gitu.” (Irene, 2024)

“Penataan kalimat nya menurutku mudah dimengerti, padat dan jelas. Namun beberapa hal seperti caption sebaiknya ditulis secara singkat saja tidak perlu panjang karena nanti akan membuat followers malas untuk membaca.” (Mala, 2024)

Berbeda dengan pendapat Naswa sebagai masukan bahwasanya *caption* yang dituliskan dalam konten sebaiknya juga dituliskan secara singkat saja. Hal ini dikarenakan mayoritas setiap postingan terutama *reels* tidak akan dibaca, berbeda jika dibuat *per slide* pasti akan lebih dibaca secara menyeluruh.

Mungkin menurut aku gini, kalau caption kan suka panjang tuh kalau konten biasa kadang-kadang menurut aku yang panjangnya mending dibikin jadi foto per slide karena pasti orang tuh nggak mungkin baca sampai bawah banget. Menurutku orang zaman sekarang lebih suka Scroll di slide berikutnya gitu, caption panjang boleh dibikin dalam foto per slide nanti itu tinggal kalian buat informasi tambahan for more info klik website. Jadi menurut aku kalau panjang-panjang di caption bawah kurang worth it si karena orang-orang ga mungkin baca semuanya.” (Naswa, 2024)

Keefektifan suatu konten dalam menyampaikan isi pesan tergantung dari penilaian khalayak yang melihatnya. Artinya khalayak paham akan isi pesan tersebut, dan kemudian mengambil tindakan untuk mengikutinya atau hanya sekedar melihat *postingan*. Untuk mengetahui bagaimana seseorang dalam menilai efektif atau tidaknya suatu konten, biasanya jika pada seseorang tersebut memiliki ketertarikan pada suatu hal, seseorang tersebut akan cenderung ingin mengetahui lebih dalam tentang informasi yang disampaikan.

Pada konten video *reels*, Informan Nana berpendapat bahwasanya video *reels* dinilai lebih efektif dibandingkan postingan *feed*. Hal ini dikarenakan video *reels* mempunyai fitur pada durasi yang lebih panjang dan memiliki visual, serta voice dan audio yang bervariasi ketimbang hanya foto yang diunggah pada *feed instagram*.

“Kalo untuk pesan panjang aku lebih nyaman di reelsnya dibandingkan feed, kalo untuk pesan pendek saja menurutku cukup untuk di upload pada feed. Namun kalau panjang dan bervariasi menurutku lebih bagus di reels yang mana di dalam video kita bisa nampilin visual, voice over nya, lagu, cantumin testimoni atau bahkan meme yang lucu lucu sehingga reels lebih efektif untuk menyampaikan pesan si menurutku.” (Nana, 2024)

Sependapat dengan informan Irene dan Mala yang menyatakan bahwa pengguna Instagram lebih suka melihat *reels* dibandingkan postingan *feed*. Dalam video *reels* dapat dibuat sekreatif mungkin dengan menambahkan audio music viral, tulisan yang dapat berjalan, dapat diselipkan audio visual, dapat menambahkan meme lucu, dll. Sehingga akan membuat penampilan postingan *reels* lebih efektif untuk menarik seseorang untuk mengetahuinya lebih detail.

“Kalo ngeliat kebiasaan orang-orang mungkin aku bisa bilang lebih efektif di reels ya, karena sekarang orang lebih minat nonton video singkat dibanding postingan. Kalo postingan biasanya di lewatin aja, kalo video senggaknya bakal diliat dulu walaupun mungkin cuma beberapa detik di awal.” (Irene, 2024)

“Menurutku benar lebih efektif melalui reels karena zaman sekarang kebanyakan orang menyukai visualisasi seperti gambar ataupun video, penyampaian informasi melalui reels menurutku lebih mudah masuk pada pemahaman followers yang dimana pasti sudah tersedia visual gambar dan audio yang didalamnya menjelaskan dan secara tidak langsung mengajak followers..” (Mala, 2024)

Tambahan pernyataan menurut informan Naswa bahwa konten dalam bentuk *reels* lebih mudah dipahami dan tidak membosankan untuk dilihat dan dibaca. Hal ini dikarenakan adanya audio, gambar lucu, dan tulisan yang menarik, sehingga pembaca akan lebih tertarik. Selain *reels* dapat juga menambahkan audio suara yang diiringi dengan music, durasi waktu yang relatif lama sehingga informasi dapat disampaikan lebih mendetail tanpa harus mencantumkan *caption* yang panjang.

“Menurutku benar lebih efektif melalui reels dibandingkan feed karena zaman sekarang semua orang tuh jarang bacain captionnya apa lagi caption yang panjang, kalo di reels informasi bisa dikemas menjadi lebih baik dan pengikut pun tidak bosan jenuh membacanya. Selain itu dengan reels bisa buat peluang untuk menambah partisipan yang lebih banyak apalagi dengan penjelasan lebih dari 10 detik itu sangat membuat mereka jadi kurang lebih paham apa yang dimaksud ada reels tersebut dan informasi tersebut lebih bisa diterima dengan waktu singkat.” (Naswa, 2024)

Pada dasarnya persepsi dari informan terkait dengan konten-konten pada Instagram @Myskill.Id yang mempromosikan program-program unggulannya (*e-learning*, *bootcamp* dan *mentoring*) sudah menggambarkan dengan jelas tujuan

yang ingin dicapai. Adapun tujuan utamanya adalah untuk menarik khalayak ikut bergabung dengan program yang tersedia di @Myskill.Id. selain itu bertujuan untuk memberikan edukasi kepada khalayak bahwa pada era saat ini sangat penting untuk mempersiapkan mental dan juga skill dalam pekerjaan baik ketika akan masuk maupun sudah masuk dalam lingkup dunia kerja. Manfaat dari adanya program ini akan dirasakan ketika telah berkecimpung dalam dunia kerja yang ternyata setiap waktu perlu adanya ilmu-ilmu baru dan keterampilan baru yang nantinya hal tersebut dapat menjadi pegangan kita untuk dapat bersaing pada peserta lainnya.

Setiap individu tentu memiliki kesukaan bidang materi pembahasan, setiap program tentu seharusnya memiliki pembaharuan baik secara materi maupun benefit atau pembaharuan lainnya. Maka harapan kedepannya untuk program @Myskill.id, informan Nana menginginkan @Myskill.Id berkembang tidak hanya *career preparation* dan *upgrade skill* saja akan tetapi merambah dalam dunia Pendidikan seperti terdapat materi pembelajaran Bahasa Inggris, agar disamping adanya materi tersebut dengan melalui pembelajaran bersama @Myskill *followers* akan lebih dapat memperluas ranah target lokasi pekerjaan, seperti contohnya *followers* akan dapat berkesempatan bekerja di luar negeri.

“Kalo misalnya myskill punya program bisa menghadirkan program mata pelajaran selain Bahasa Indonesia atau bahasa lain itu lebih bagus, misalnya myskill mau buka kursus bahasa itu lebih bagus banget. Tapi ga harus satu platform dengan myskill, misalnya kayak ruang guru yang punya anak perusahaan namanya scooters yang fokus kepada pendidikan bahasa asing. Aku berharap myskill bisa buka hal yang kaya gitu biar peminatnya juga makin banyak, dan kelihatan juga gitu kalo myskill mensupport untuk bekerja tidak hanya didalam negeri tapi juga kerja diluar negeri. Buat menghasilkan income yang lebih besar gitu.” (Nana, 2024)

Harapan yang berbeda dalam pernyataan informan Irene kedepannya program-program @Myskill.Id khususnya untuk program *privat class* satu mentor memegang satu member saja. Hal ini dikarenakan supaya tutor focus dalam memberikan materi secara mendalam tanpa harus bergantian dengan member lainnya.

“Aku pengennya satu mentor untuk 1 peserta sih, di myskill kan belum ada ya yang seperti itu, tapi kalo untuk materinya sejauh ini belum ada karena aku masih tertarik pada digital marketing.” (Irene, 2024)

Harapan juga disampaikan oleh informan Naswa terkait dengan penambahan materi program pada @Myskill.Id yakni penambahan program grafik desain.

“Untuk program materi Grafik desain sih, mungkin lebih menarik karena kan ada UI/UX yang dimana sama sama desain yang tentunya berhubungan. Jadi mungkin akan lengkap si. Tapi kalau sesi tambahan menurutku mereka bisa lebih sering share juga materi atau live kelasnya dengan durasi yang cukup lama di youtube biar yang lain juga bisa ngulas materi atau repeat materi juga bagi yang belum menguasai.”(Naswa, 2024)

Disamping itu pada sesi pembelajaran, disarankan untuk dapat memberikan tambahan waktu yang cukup lama pada penyimpanan materi pada platform youtube agar member dapat mempunyai waktu lebih dalam mengulas materi yang belum dikuasai. Pada dasarnya untuk penambahan durasi waktu untuk *share* materi-materi yang ada dalam program kurang relevan, dikarenakan program ini sifatnya berbayar dan sudah diberikan jangka akses setiap programnya. Sehingga jika materi-materi tersebut di *share* akan kurang relevan bagi organisasi karena semua bisa mengakses materi program tersebut. Pada dasarnya masing-masing organisasi sudah memiliki kebijakan yang berbeda, apa yang seharusnya dapat di *share* dan yang dibatasi.

Sejauh ini dari pandangan keempat informan terkait pemaknaan *Advertising Campaign* pada konten edukasi yang disampaikan dalam akun Instagram @Myskill.Id dinilai memberikan banyak manfaat dan layak untuk direkomendasikan. Walaupun tujuan utamanya adalah komersil akan tetapi akun ini sifatnya memberikan edukasi dengan mengadakan program-program yang dibutuhkan dalam persiapan maupun pengembangan karir, yang dimana saat ini persiapan menghadapi dunia kerja dengan persaingan yang begitu ketat mengharuskan setiap individu mempunyai banyak *skill* yang dikuasai berbeda dari individu lainnya.

Sama halnya dengan pengembangan karir dimana ilmu yang dimiliki tidak cukup hanya didiamkan saja, melainkan harus terus diasah dan ditambah *valu*enya dengan keterampilan yang lebih baru. Sejauh ini *Advertising Campaign* pada akun Instagram @Myskill.Id berorientasi pada 2 jenis yaitu jenis *Product-Oriented Campaigns* kampanye iklan berorientasi pada kegiatan pemasaran yang bersifat

komersial dalam penjualan jasa. Jasa edukasi seperti program pelatihan, *E-Learning*, program *upgrade jobs Skill*, dan lainnya. Kemudian jenis *Ideological or Cause-Oriented Campaign* dimana jenis yang memberikan pengetahuan dan pengalaman akan bidang tertentu sehingga akan berdampak pada adanya perubahan. Seperti informasi terkait dengan trik cara menghadapi wawancara, informasi mahir *public speaking*, informasi terkait dengan *jobseeker*, dan *skill* yang harus dikuasai ketika bekerja.

B. Pembahasan

Pengolahan penulisan dalam penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall melalui proses *encoding-decoding* sebagai model komunikasi yang berfokus pada cara penerimaan khalayak terhadap suatu tayangan. Konten edukasi pada akun Instagram @Myskill.Id sebagai salah satu wadah dalam berkomunikasi, di mana @Myskill.Id berperan sebagai produsen pesan dan khalayak berperan sebagai penerima pesan. Pesan yang disampaikan terkait dengan *career preparation*, program upgrade skill, tips dan trik seputaran career preparation yang dibutuhkan bagi jobseeker maupun yang bukan jobseeker. @Myskill.Id sebagai platform edukasi bertujuan untuk membantu memberikan solusi untuk dapat mempersiapkan diri lebih awal dalam mencari pekerjaan. Selain itu sebagai platform edukasi bagi karyawan-karyawan yang ingin upgrade skill untuk memperbaharui ilmu-ilmu yang digunakan dalam dunia kerja. Setelah mengetahui resepsi pemaknaan masing-masing informan, peneliti akan menyimpulkan posisi mereka berdasarkan teori resepsi Stuart Hall yakni *dominant hegemonic position*, *negotiating position*, dan *oppositional position*.

1. Resepsi Jobseeker Yaitu Followers Mengenai Advertising Campaign Edukasi Pada Akun Instagram @Myskill.id

Langkah awal analisis resepsi dilakukan dengan melakukan proses *encoding* untuk mengetahui apa makna dominan (*preferred reading*) yang disajikan dalam sebuah tayangan atau teks media. Berikutnya analisis *decoding* atau *meaning structure II* dilakukan untuk mengetahui adanya interpretasi khalayak yang dipengaruhi dari berbagai perbedaan latar belakang serta pengalaman pada tiap informan. Adapun konten *Advertising Campaign* pada akun Instagram @Myskill.id

dikategorikan dalam tiga program unggulan yaitu program *E-learning*, program *Bootcamp* dan program *Mentoring*.

Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis dimulai dari proses *encoding* (*preferred reading*) yang bertujuan untuk mengetahui makna dominan (*preferred reading*) yang disajikan dalam sebuah tayangan atau teks media. Proses *encoding* yang dimaksudkan adalah akun Instagram @Myskill.id yang berlaku sebagai produsen pesan yang menghasilkan sebuah pesan dominan terkait konten edukasi dalam konteks *career preparation* yang terdapat dari beberapa program *E-learning*, program *bootcamp* dan program *mentoring*.

Advertising Campaign pada program *E-learning* dalam postingan *feed*, *reels* maupun *history instagram* memiliki karakter dalam penyampaian pesan yang didalamnya tercantum informasi yang jelas, padat, singkat dan mudah dipahami oleh khalayak, serta terdapat pencantuman *link* pendaftaran yang dimana informasi yang diberikan sangat lengkap. Adapun yang menjadi suatu hal utama dalam *advertising campaign* yang dilakukan @Myskill.id berupa pemberian ‘kode promo’ untuk memperoleh harga yang murah sehingga dengan adanya hal tersebut dapat membuat khalayak memiliki ketertarikan untuk melihat lebih jauh mengenai program ataupun konten yang diunggah pada akun @Myskill.id.

Sama halnya dengan *Advertising Campaign* pada program *bootcamp* yang ditampilkan sangat jelas, singkat dan mudah dipahami sehingga setiap informasi yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak. Dalam hal ini @Myskill.Id memiliki tujuan untuk mengenalkan dan memberikan informasi terkait program *upgrade skill* dengan berbagai materi pelajaran kelas yang berbeda. Kemudahan dalam mengakses dan bergabung dalam program *bootcamp* menjadi point untuk dapat menarik setiap *followers* untuk ikut bergabung. Selain itu, dengan adanya “kode promo” sehingga program *bootcamp* harga menjadi relatif sangat murah.

Begitu pula dengan *Advertising Campaign* pada program *mentoring* yang lebih fokus pada review CV oleh HRD dan dokumen persiapan melamar kerja. Program ini ditargetkan untuk semua kalangan yang ingin terjun dalam dunia kerja, sebagai referensi. Berbagai keuntungan yang dapat diperoleh seperti CV akan direview langsung oleh HRD professional baik CV magang, kerja, beasiswa dan keperluan professional lainnya menjadi salah satu dari *Advertising Campaign*.

Kemudian pembahasan detail dan mendalam untuk setiap bagian CV dan mendapatkan saran editing dan contoh di tiap poin CV. Pada dasarnya banyak sekali tips-tips seputar *Career Preparation* pada konten Instagram @Myskill.id terutama dalam mereview CV dan template dokumen lengkap untuk apply kerja.

Tahap proses *decoding* merujuk pada proses penerjemahan kode-kode dari media oleh khalayak untuk menemukan makna dari teks. Pemaknaan pesan bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup dari informan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dalam memaknai *Advertising Campaign Edukatif* pada konten edukasi *career preparation* akun Instagram @Myskill.id

Berdasarkan sudut pandang informan mengenai informasi yang dibutuhkan, program *E-learning* @Myskill.Id menawarkan program pelatihan tentang *upgrade skill* seperti *website development*, *English test and scholarship preparation*, *career and self development* dan lainnya. Program ini diberlakukan untuk satu kali pembayaran yang akan mendapatkan beberapa materi untuk dapat dipelajari langsung melalui video materi, bahan bacaan, project dan studi kasus. Adapun biaya dalam mengikuti program *E-learning* bervariasi tergantung paket yang dipilih antara 1 bulan sampai 12 bulan dengan harga rata-rata antara Rp.29.000 sampai Rp.179.000. Berdasarkan informan Nana, Irene, Naswa dan Mala menanggapi secara keseluruhan bahwa konten terkait dengan program *E-Learning* ini memberikan banyak manfaat.

Manfaat yang dapat diambil adalah dapat mengikuti program pengembangan *soft skill* dengan harga yang murah dengan ilmu yang banyak. Informasi yang disampaikan dalam konten program *E-Learning* dinilai memiliki nilai *Advertising Campaign* yang bagus, dimana konten langsung *to the point* pada tujuannya yaitu promosi. Penjelasan dari setiap isi sangat simpel langsung kepada program yang ingin dipromosikan, *benefit* yang akan diperoleh, link pendaftaran dan kode promo untuk memperoleh harga murah.

Akan tetapi yang menjadi penilaian adalah dari konsep konten itu sendiri dimana menilai konsep konten yang ditampilkan monoton. Artinya gaya penyampaian promosi yang dilakukan memiliki konsep yang sama. Jika dilihat dari sisi membangun *branding* hal ini dinilai sangat wajar untuk menerima kritikan dan

saran dari khalayak. Akan tetapi dalam membangun *branding* memang diperlukan identitas pada konten yang membuat konten tersebut berbeda dengan konten lainnya. Sehingga bagi khalayak yang tidak memahami akan istilah tersebut pasti dinilainya monoton atau tidak bervariasi. Secara keseluruhan resepsi dari khalayak bahwasannya tujuan dari konten ini adalah mempromosikan program *E-Learning*.

Pada bagian program *bootcamp* berbeda dengan program *E-Learning* sebelumnya. Program *bootcamp* ini system yang digunakan *Intensive Live Class* bersama Experts, praktikal dan mendalam. Sistem pembelajaran lebih kepada kombinasi case study, diskusi dan praktik di tiap sesi pertemuan. Adanya system group mentoring semi-privat untuk bangun portfolio sehingga memudahkan setiap member untuk saling berinteraksi dan berbagi ilmu. Adapun biaya dalam mengikuti program *bootcamp* bervariasi tergantung paket yang dipilih antara 1 bulan sampai 12 bulan dengan harga rata-rata antara Rp.100.000 sampai Rp.500.000.

Secara keseluruhan mengenai program *Bootcamp* menanggapi bahwa konten terkait dengan program *bootcamp* ini memberikan banyak manfaat. Manfaat yang dapat diambil adalah dapat mengikuti program pengembangan *soft skill* dengan harga yang murah dengan manfaat ilmu yang banyak. Materi yang disampaikan secara daring dengan full bersama tutor senior yang berpengalaman dibidangnya. Waktu pelaksanaan program relatif lebih lama karena berjalan minimal 10 sesi sampai 16 sesi pertemuan bahkan ada yang berdurasi 2 bulan untuk materi-materi tertentu. Informasi yang disampaikan dalam konten program *bootcamp* dinilai memiliki nilai *Advertising Campaign* yang bagus, dimana konten langsung *to the point* pada tujuannya yaitu promosi. Secara keseluruhan resepsi dari informan bahwasannya tujuan dari konten ini adalah mempromosikan program *bootcamp*.

Program mentoring adalah salah satu program dari @Myskill.Id yang menawarkan *review CV* dan penulisan dokumen lengkap untuk *career preparation*. Adapun keuntungan yang diperoleh dalam program mentoring ini seperti CV akan direview langsung oleh HRD professional, waktu review diberikan maksimal dalam waktu 3 hari kerja (Dilakukan pada hari dan jam kerja. Senin - Jumat, pukul 09.00 - 17.00 WIB), akan mendapatkan pembahasan detail dan mendalam untuk setiap bagian CV. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan peluang diterima magang dan kerja *full-time* dengan bantuan HRD, mulai dari Review CV, template

surat lamaran, hingga persiapan wawancara. Program mentoring terdapat 3 pilihan yaitu program template dengan harga Rp.10.000 untuk mendapatkan template lamaran kerja, CV, email lamaran baik berbahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Kemudian program review 1 kali dengan harga Rp. 15.000 dengan *benefit* yang diperoleh 1 x review selama 1 bulan dan memperoleh template lamaran kerja, CV, email lamaran baik berbahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Ketiga program 3 kali review dengan harga Rp.35.000 dalam 3 bulan dan mendapatkan template lamaran kerja, CV, email lamaran baik berbahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Selain itu program mentoring juga menyediakan program konsultasi privat dengan harga Rp.50.000 di waktu-waktu tertentu saja selama program berlangsung.

Berdasarkan tanggapan keempat informan terkait dengan konten program mentoring yang dalam akun Instagram @Myskill.Id memberikan banyak peluang bagi yang membutuhkan khususnya bagi pencari kerja. Dari segi nilai *Advertising Campaign* konten yang ditampilkan dinilai memberikan nilai promosi yang sangat bagus, dimana promosi yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat diterima dengan baik. Mayoritas informan menilai adapun yang membuat menarik dalam konten ini adalah terkait dengan biaya yang relatif dinilai sangat murah dengan banyaknya *benefit* yang akan diberikan. Disamping itu program-program mentoring lainnya juga memberikan pendampingan *interview* bagaimana menghadapi situasi ketika menghadapi *interview*, persiapan yang harus dilakukan, teknik menjawab setiap pertanyaan. Penjelasan dari setiap isi konten sangat simpel langsung kepada program yang ingin dipromosikan, *benefit* yang akan diperoleh, disertai dengan konten tentang tips dan trik dan informasi terkait dengan CV, lamaran kerja dan *interview* menjadi salah satu bentuk *Advertising Campaign* yang menarik khalayak.

Pemaknaan *Advertising Campaign* pada konten edukasi yang disampaikan dalam akun Instagram @Myskill.Id dinilai memberikan banyak manfaat dan layak untuk direkomendasikan. Walaupun tujuan utamanya adalah komersil akan tetapi akun ini sifatnya memberikan edukasi dengan mengadakan program-program yang dibutuhkan dalam *career preparation*. Hal ini dikaitkan sebagai sarana informasi bagi khalayak terkait dengan konten-konten yang ditampilkan sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai. Setiap konten yang ditampilkan pada akun Instagram

berguna sebagai media pesan yaitu menyampaikan segala informasi yang secara langsung dapat dimiliki oleh khalayak luas.

Dalam menghadapi dunia kerja dengan persaingan yang begitu ketat mengharuskan setiap individu memiliki *skill* yang lebih dan berbeda dari individu lainnya. Sama halnya dengan pengembangan karir dimana ilmu yang dimiliki tidak cukup hanya didiamkan saja, melainkan harus terus diasah dan ditambah *valu*enya dengan keterampilan yang lebih baru. Sejauh ini *Advertising Campaign* pada akun Instagram @Myskill.Id berorientasi pada 2 jenis yaitu jenis *Product-Oriented Campaigns* kampanye iklan berorientasi pada kegiatan pemasaran yang bersifat komersial dalam penjualan jasa. Jasa edukasi seperti program pelatihan, E-Learning, program upgrade jobs Skill, dan lainnya. Kemudian jenis *Ideological or Cause-Oriented Campaign* dimana jenis yang memberikan pengetahuan dan pengalaman akan bidang tertentu sehingga akan berdampak pada adanya perubahan. Seperti informasi terkait dengan trik cara menghadapi wawancara, informasi mahir public speaking, informasi terkait dengan jobseeker, dan skill yang harus dikuasai ketika bekerja.

2. Posisi Penerimaan Khalayak Menurut Teori Resepsi Stuart Hall

Tahapan selanjutnya dari proses *decoding* merujuk pada proses penafsiran kode-kode dari media oleh khalayak untuk menemukan makna dari sebuah teks. Proses *decoding* dilakukan untuk mengetahui posisi penerimaan khalayak menurut teori resepsi stuart hall. Penerimaan pesan bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup dari informan. Pemaknaan dan interpretasi makna antar informan akan berbeda-beda, sebab adanya perbedaan karakter dan konteks sosial budaya informan yang mempengaruhi pemaknaan teks media. Kategori proses decoding atau pemaknaan isi pesan dalam media oleh khalayak terjadi dalam tiga posisi, yakni diantaranya:

Tabel 4.1 Posisi Penerimaan Khalayak

Informan	Posisi Dominat	Posisi Negotiated	Posisi Oppositional
Nana	X	-	-
Irene	-	X	-
Naswa	-	X	-
Mala	-	X	-

a. Posisi Dominasi (*dominant hegemonic position*)

Posisi Dominasi (*dominant hegemonic position*) merupakan posisi khalayak yang memahami dan menyetujui secara penuh makna yang disampaikan oleh produsen pesan di media. Dalam hal ini, Informan Nana termasuk pada kategori posisi penerimaan Dominan, yang mana pemaknaan informan terhadap keseluruhan informasi *career preparation* sangat positif. Informan memiliki pengalaman kerja di bidang *content creator* yang dimana pada bidang tersebut mengharuskan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang luas, inovatif dan kreatif.

Menurut pendapat Informan Nana terkait konten pada akun Instagram @Myskill.Id, dari segi konsep yang digunakan sudah sangat simple, pemilihan *font* pada penulisan dikategorikan unik, memiliki ciri khas dengan warna yang cerah, *copywriting*-nya dinilai bagus, serta *layout* yang fokus pada tujuan. Berdasarkan dari pengalaman Nana dalam mengikuti program *E-Learning* dan *Bootcamp* pada @Myskill.id, informan merasa terkesan dengan cara mengajarnya yang dimana benar-benar dilakukan dari nol sampai informan benar-benar paham, para tutor memberikan arahan tidak hanya basic materi saja melainkan memberikan contoh nyata yang mudah dicerna dan mudah dipahami sehingga peserta mampu untuk menelaah gambaran terkait dengan materi.

Berdasarkan cara *branding* untuk program *E-Learning* dinilai sangat menarik sehingga membuat seseorang menjadi penasaran dengan program yang ditawarkan, Adapun program-program yang ditawarkan sangat *uptodate* mengikuti perkembangan zaman dan teknologi saat ini sehingga program yang ditawarkan sangat bermanfaat sekali di berbagai bidang. Selain itu, informan juga mengikuti program *Bootcamp* selama $\pm$ 6 bulan. Kesan pertama yang diperoleh selama mengikuti program, perasaannya sama seperti mengikuti kuliah daring dan materi yang diberikan lebih detail dan mendalam jika dibandingkan program *E-Learning*. Pelaksanaan program tidak berjalan secara individual melainkan dibangun secara bersamaan antar tutor dan peserta sehingga jalinan komunikasi melalui grup dapat dimanfaatkan untuk berdiskusi, berbagi pengetahuan, dan lainnya.

Terkait pada program mentoring, informan berpendapat dimana tidak 100% akan dilakukan dan system mentoring tidak mungkin dilakukan secara privat. Melainkan memberikan trik dan tips dalam pembuatan CV yang menarik, paparan terkait dengan latar belakang yang menjelaskan kemampuan yang dimiliki dan pendidikan sebagai point plus penerimaan, kemudian persiapan ketika menghadapi interview, dan lainnya. Keberhasilan dalam diterima kerja setelah mengikuti program mentoring bergantung pada kesungguhan peserta bagaimana cara mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama mentoring ketika menghadapi tahapan seleksi kerja.

Berdasarkan dari hasil analisa wawancara dengan informan Nana sebagai satu-satunya informan yang termasuk pada jenis informan dalam posisi Dominan dalam memaknai *Advertising Campaign* edukatif terhadap *career preparation* pada akun Instagram @Myskill.Id. Dari hasil *decoding* terkait pemaknaan informan Nana dapat dibangun konseptualisasikan bahwa para informan termasuk ke dalam kategori Dominan dikarenakan:

- 1) Akun Instagram @Myskill.Id memiliki program-program unggulan yang dibutuhkan oleh *jobseekers* maupun para *workers* untuk *upgrade skill*. Program yang ditawarkan sangat beragam, terdapat berbagai bidang sesuai dengan kebutuhan dalam dunia kerja. Program didukung dengan adanya E-sertifikat yang diperoleh setelah mengikuti program akan berguna untuk memperkuat pada penilaian HRD dalam menyeleksi kandidat peserta lamaran kerja pada suatu perusahaan. Harga yang ditawarkan setiap program sangat murah terlebih dengan adanya “kode promo” yang disematkan dalam setiap postingannya, selain itu dalam setiap konten tidak hanya mempromosikan program-program saja melainkan juga memberikan trik dan tips yang bermanfaat.
- 2) Setiap konten yang diunggah dalam *stories*, *feed* dan *reels* dikemas dengan sangat singkat, jelas, padat dan komunikatif sehingga pesan informasi tersampaikan secara efektif kepada khalayak. Terbukti dari tanggapan informan yang pernah mengikuti program-program @Myskill.Id dinilai sangat bagus, berkredibilitas dan ilmu yang diperoleh sangat bermanfaat untuk menunjang perkembangan karir.

- 3) Cara pembelajaran yang ditampilkan dalam salah satu postingan testimoni dapat menumbuhkan *trustworthiness* khalayak dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa *upgrade skill* dari @Myskill.id, metode belajar dilakukan *learning by doing* dengan memanfaatkan media sosial maupun teknologi online yang bersifat interaktif dan durasi yang dapat menyesuaikan.

Keefektifan suatu konten dalam menyampaikan isi pesan tergantung dari penilaian khalayak yang melihatnya, artinya khalayak paham akan maksud dari isi pesan tersebut. Menurut Putri dan Uljanatunnisa (2022) seseorang yang seutuhnya menyetujui pandangan yang serupa dengan yang dimaksud oleh produsen pesan, maka fungsi persuasif dari pesan yang disampaikan dianggap telah berhasil tersampaikan kepada khalayak. Adanya penerimaan makna tersebut membuat informan menjadikan konten pada akun Instagram @Myskill.Id sebagai sumber informasinya terkait *career preparation* yang dibutuhkan. Menurut pendapat Informan, konten dalam bentuk video *reels* dinilai lebih efektif dibandingkan *postingan feed*. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan video *reels* durasi akan lebih panjang, memiliki visual yang bagus, suara dan audio yang bervariasi ketimbang hanya foto *feed* saja. Sehingga akan lebih menarik jika dengan video *reels*, penyampaian pesan yang disampaikan juga akan lebih mudah diterima oleh khalayak.

b. Posisi Negosiasi (*negotiated position*)

Posisi Negosiasi merupakan posisi khalayak yang cukup memahami isi pesan namun tidak sepenuhnya menyetujui pesan tersebut, melainkan terdapat bentuk pertentangan karena perbedaan sudut pandang yang dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman pribadi sehingga menghasilkan interpretasi yang tidak sama dengan apa yang dimaksudkan oleh produsen pesan. Berdasarkan hasil wawancara, ketiga informan yaitu Irene, Naswa dan Mala termasuk berada pada posisi Negosiasi, dalam artian para informan merasa adanya ketidaksesuaian pendapat dalam memaknai informasi *career preparation* yang pada akun Instagram @Myskill.Id.

Berdasarkan pendapat informan Irene, adanya informasi terkait *career preparation* pada media sosial Instagram merupakan wadah baru untuk mencari

dan mengembangkan ilmu baru untuk menunjang karir. Pengalaman Irene selama mengikuti Program *Bootcamp Digital Marketing* banyak sekali materi yang bermanfaat dan mudah dipahami tentunya dengan dampingan tutor yang ahli dibidangnya, kemudian diberikan *final project* untuk melakukan riset di setiap akhir materi. Penilaian informan pada setiap postingan konten program *E-learning*, program *bootcamp* dan program mentoring dinilai memiliki konsep yang monoton, dimana pada setiap konten yang di posting konsepnya sama sehingga dinilai kurang menarik. Pada akun Instagram @Myskill.id terdapat konsep *Advertising Campaign* edukatif dengan menawarkan program-program *upgrade skill*, harga relatif murah dengan adanya tambahan “kode promo”, serta waktu yang fleksibel.

Selain itu terkait dengan isi konten dinilai ambigu, dalam arti khalayak tentu akan lebih tertarik dengan adanya kata “kode promo” dan “Sertifikat gratis”. Akan tetapi pada kenyataanya “kode promo” tersebut memiliki batas penukaran, sehingga perlu ketelitian dalam melihat informasi terkait ‘kode promo’ dan kode tersebut tentu hanya dapat digunakan pada program tertentu. Oleh karena itu perlu diperjelas terkait batas waktu “kode promo” agar dapat digunakan sesuai pada *website @Myskill.id*.

Sama halnya dengan “sertifikat gratis” sudah pasti sangat membuat khalayak tertarik. Akan tetapi persepsi akan berbeda ketika khalayak sebelumnya sudah pernah mengikuti program berbayar seperti *bootcamp* maupun *final project* pasti tingkat ketertarikannya akan berbeda. Maka harapannya perlu adanya inovasi dan kreativitas untuk membangun konsep yang baru dan lebih bervariasi agar secara tidak langsung khalayak pun tertarik pada unggahan konten yang membuat mereka mengambil tindakan untuk menggunakan jasa @Myskill.id sebagai platform *upgrade skill* yang dipilih,

Sama halnya pada informan Naswa yang berada pada posisi Negosiasi, Naswa memiliki latar belakang sebagai *Bisnis Women dan Founder podcast “A Note from 36.000 Feet”* dan pernah menempuh pendidikan D3 Sistem Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika. Awal mula informan Naswa tertarik dengan @Myskill.id karena kebutuhan akan informasi dan pengembangan serta pengetahuan baru terkait dengan karir. Sebelum mengikuti @Myskill.id

informan suka membaca dan melihat testimoni dari orang lain pada beberapa akun sejenis lainnya yang menyediakan jasa informasi terkait persiapan karir. Disamping kesadaran akan pentingnya mempunyai hard skill dan soft skill, dengan informasi beberapa akun tersebut informan merasa tertarik untuk lebih dalam mengetahui informasi dari @Myskill.id. Setelah mengikuti program di @Myskill.id informan Naswa memberikan penilaian positif yang mana ia banyak menemukan relasi baru yang bergelut dibidang yang sama.

Dari segi *Advertising Campaign*, informan Naswa memberikan penilaian bahwa konsep dari konten pesan promosi yang ingin disampaikan dapat diterima oleh khalayak. Akan tetapi masih adanya kekurangan pada isi konten terkait dengan “kode promo” yang tidak mencantumkan invalid dari promo tersebut. Hal ini yang menyebabkan beberapa dari khalayak tidak bisa menggunakan kode tersebut. Dari segi tampilan sendiri, penulisan informasi dalam konten dinilai monoton karena konsep dalam setiap konten memiliki karakter yang sama. Dengan adanya variasi seperti cantuman meme lucu pada konten membuat khalayak tidak bosan, namun perlu diperhatikan bahwa dengan pencantuman meme tersebut haruslah tetap sejalan dengan informasi yang ingin disampaikan. Pada penulisan caption yang dituliskan dalam setiap postingan memiliki sifat pengulangan yang dimana setiap informasi tentu penting untuk ditampilkan, akan tetapi alangkah baiknya penulisan dalam caption dituliskan secara singkat saja.

Begitu pula Informan Mala sebagai *fresh graduated* yang memiliki pengalaman kerja *part time* sebagai *news stracker* dan magang sebagai *copywriter* pada media sosial iKonser. Berkaitan dengan kemajuan teknologi digital saat ini tentu penting bagi setiap orang untuk menambah wawasan dan keterampilan karena pada saat akan memasuki dunia kerja terdapat persaingan kerja yang mengharuskan seseorang memiliki keterampilan dan kemampuan yang benar-benar dibutuhkan dalam suatu bidang tertentu pada perusahaan. Perkembangan teknologi sosial media saat ini mencakupi informasi yang sangat luas dalam memberikan informasi seputar *career preparation*, banyak content creator yang berkecimpung dalam bidang edukasi salah satunya akun media sosial @Myskill.id.

Ketertarikan informan terhadap akun Instagram @Myskill.id dikarenakan kebutuhannya sebagai *fressgraduated*, yang mana perlu banyak informasi terkait *career preparation*, tentang bagaimana mengasah kemampuan *hard skill* dan *soft skill*. Berdasarkan pengalaman informan dalam mengikuti program *upgrade skill* di @Myskill.id, materi yang diberikan berupa teori dan contoh kasus nyata yang dimana membuat peserta sangat dengan mudah memahami alur dari setiap tema materi yang diberikan. Selanjutnya dari segi *Advertising Campaign*, Menurut informan Mala mengenai konten-konten yang diunggah pada akun media social Instagram @Myskill.id termasuk mudah untuk dipahami dan dimengerti baik dari segi isinya padat, singkat dan jelas. Tujuan informasi yang ingin disampaikan, dalam konten langsung kepada tujuan promosi terkait dengan program-program @Myskill.Id. Keunggulannya konten yang dibuat sangat menarik terlebih dengan adanya “kode promo” di setiap postingan untuk memperoleh potongan harga ketika memiliki program-program di @Myskill.Id. Kelemahannya “kode promo” disematkan tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan berdasarkan pengalaman informan. Hal ini yang menyebabkan informan menilai hanya konten marketing biasa yang menggiring khalayak untuk membuka link tersebut, selain itu konten tersebut konsepnya monoton karena setiap konten yang di posting karakternya sama.

Dari hasil *decoding* terkait pemaknaan informan Irene, Naswa dan Mala terhadap konten *Advertising Campaign* edukatif pada akun Instagram @Myskill.Id, termasuk ke dalam kategori negosiasi didasari oleh adanya kebutuhan informasi informan yang berbeda-beda dan memiliki pemaknaan yang tidak sepenuhnya selaras dengan isi konten. Dari hasil *decoding* terkait pemaknaan informan peneliti mengkonseptualisasikan diantaranya:

- 1) Konten akun Instagram @Myskill.Id dari segi isi sangat jelas, mudah untuk dipahami, dan dapat diterima oleh khalayak. Konsep dari tema konten sangat simple akan tetapi monoton. Dalam arti konsep dari pembuatan konten dinilai memiliki konsep yang sama yaitu judul program, adanya tulisan yang berisikan ajakan, benefit yang diperoleh, link pendaftaran dan kode promo, menggunakan talent baik secara visual maupun verbal. Sama halnya dengan konten terkait testimoni maupun trik dan tips memiliki

konsep yang sama.

- 2) Dorongan motivasi aspek psikologis individu untuk mencari informasi, sebagian besar mahasiswa, *jobseekers* dan *workers* yang menjadi posisi Negosiasi merasakan *anxiety* terhadap transisi jenjang karier sehingga hal ini mengakibatkan informan lebih aktif untuk mengeksplorasi informasi melalui sumber lain yang relevan dengan kebutuhannya.

Pada dasarnya dari segi konsep konten pada setiap postingan Instagram @Myskill.Id khususnya untuk konten promosi program memang memiliki gaya yang sama. Seperti warna background hijau toska, penempatan tulisan yang sama walaupun dengan gaya yang berbeda, menggunakan talent yang bersuara maupun hanya memperagakan, dan didalam isi konten tetap menampilkan *benefit* yang diperoleh dari program tersebut, link pendaftaran dan kode promo yang dapat digunakan. Ridwan dan Sari (2023) menjelaskan keberhasilan suatu konten dinilai dari kesesuaian khalayak sesuai atau belum yang dilihat dari performan konten yang berada di media sosial Instagram. Konten interaktif mendapatkan umpan yang baik dari konsumen, maka perusahaan memiliki keuntungan untuk meningkatkan eksposur. Maka dari itu, sebuah konten sangat berperan besar dalam memperkenalkan brand kepada khalayak.

c. **Posisi Oposisi (*oppositional position*)**

Posisi Oposisi (*oppositional position*) merupakan posisi bagi khalayak yang menolak secara utuh makna yang disampaikan oleh produsen pesan, sehingga ia memiliki pola pikirnya sendiri dalam menanggapi suatu tayangan di media. Posisi oposisi menandakan bahwa informan menolak konten terkait *Advertising Campaign* pada akun media social Instagram @Myskill.Id mengenai dengan *career preparation* secara penuh karena memiliki penafsiran yang berbeda dan berlawanan dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini tidak ada informan yang masuk ke dalam kategori Oposisi, dengan kata lain artinya akun Instagram @Myskill.Id berhasil menyampaikan informasi terkait *career preparation* yang bermanfaat dan relevan kepada *jobseekers*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada satu pun dari informan yang menolak informasi terkait *career preparation* yang disampaikan oleh @Myskill.Id dalam postingan akun Instagram.

3. **Faktor- faktor yang mempengaruhi informan dalam memaknai *advertising campaign* pada akun Instagram @myskill.id.**

Faktor-faktor yang mempengaruhi informan dalam memaknai serta menafsirkan makna pesan suatu teks media mengenai *advertising campaign* pada akun social media Instagram @myskill.id merupakan aspek penting dalam penelitian menggunakan teori analisis resepsi. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa faktor yang mendasari bagaimana cara informan dalam menafsirkan dan memaknai suatu teks media terkait *advertising campaign* pada akun Instagram @myskill.id, antara lain: (a) faktor pengalaman, dan (2) faktor kebiasaan atau hobi. Berikut penjelasan dari masing-masing faktor:

a. Faktor Pengalaman

Faktor pengalaman dapat berfungsi sebagai referensi atau motivasi bagi beberapa orang, bergantung pada bagaimana pengalaman mereka saat berproses. Pengalaman yang dimaksud mencakup pengalaman keseharian dari masing-masing informan, termasuk aktivitas berorganisasi maupun saat bekerja. Peneliti menganggap bahwa pengalaman dapat mempengaruhi pemahaman terhadap *advertising campaign* pada akun Instagram @myskill.id.

Dalam penelitian ini, informan Mala memiliki pengalaman dalam berorganisasi yang mana informan masuk dalam komunitas perkuliahan. Pada komunitas tersebut melatih informan fokus kepada kondisi-kondisi social yang terjadi yang kemudian ditafsirkan dengan pemikiran perspektif kritis. Artinya, informan Mala sudah cukup paham dan terbiasa dalam menafsirkan dan memaknai suatu pesan pada teks media terkait *advertising campaign* pada akun Instagram @myskill.id.

Pengalaman disini tidak hanya pada pengalaman informan dalam berorganisasi saja, namun pengalaman saat bekerja pun dapat mempengaruhi informan dalam memaknai teks media yang

diterimanya. Rata-rata informan bekerja dalam ranah lingkup media sosial, yang mana informan sudah cukup mengerti bagaimana media membuat suatu konten yang berkonsep untuk suatu tujuan tertentu. Karena seringkali informan menggunakan media social sebagai bahan sarana pencari informasi atau sebagai bahan pendukung pada saat bekerja, maka dari itu seluruh informan dapat menanggapi serta menafsirkan makna teks media dari apa yang diberikan pada suatu akun termasuk pada *advertising campaign* pada akun Instagram @myskill.id. Peneliti menganggap bahwa berorganisasi maupun bekerja dapat mempengaruhi cara pandang dalam memaknai pesan dalam suatu media.

b. Faktor Kebiasaan atau Hobi

Faktor kebiasaan atau hobi disini dimaksudkan dengan kegiatan keseharian yang ditekuni masing-masing informan dalam menggunakan media sosial. Termasuk kebiasaan membaca ataupun mencari informasi ataupun pengetahuan baru baik melalui audio maupun video visual, menurut peneliti kebiasaan tersebut sangat dapat berpengaruh tentang argument seseorang ketika berpendapat dikarenakan informasi yang diperoleh tentu akan merubah atau memperbaharui cara berpikir seseorang. Masing- masing informan dalam penelitian ini memiliki kebiasaan yang berbeda, informan Naswa lebih menyukai kebiasaan membaca berita pada media online untuk memperoleh ilmu baru sedangkan informan Nana, Irene dan Mala lebih memiliki kebiasaan mengambil informasi melalui audio maupun video.

Informan Naswa mengaku bahwa ia sering membaca terkait isu-isu lingkungan serta penciptaan alam semesta. Sedangkan informan Nana, Irene dan Mala lebih suka menonton dan mendengar daripada membaca berita Rata-rata informan tidak memiliki waktu khusus untuk mengakses sosial media pada setiap harinya,

tergantung pada aktivitas yang dijalani. Maka, dari kebiasaan-kebiasaan tersebut menjadi faktor yang kemudian dapat mempengaruhi bagaimana informan memaknai pesan dalam suatu media.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi *khalayak* yaitu kalangan *jobseekers* sebagai followers pada tayangan konten *Advertising Campaign* edukasi pada akun Instagram @Myskill.Id terhadap kebutuhan informasinya akan *career preparation* yang kemudian dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Dalam peneliti peneliti ingin melihat resepsi setiap informan yang memiliki latar belakang berbeda memiliki pemaknaan yang sejalan atau sebaliknya. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan keempat informan tentang informasi *Advertising Campaign* edukasi peneliti menarik kesimpulan yaitu diantaranya:

1. Resepsi *jobseekers* terhadap konten *Advertising Campaign* edukasi pada akun Instagram @Myskill.Id dapat dikatakan beragam. Secara garis besar, informan menerima konten-konten @Myskill.Id sebagai bahan referensi seputaran *career preparation*. Dalam konten pada akun Instagram @Myskill.Id memuat informasi terkait dengan program-program unggulan, tips dan trik, testimoni dari para alumni, dll. Konsep atau tema konten yang di *posting* dalam akun Instagram @Myskill.Id dinilai sangat jelas, singkat, mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak. Dimana isi konten sangat singkat untuk memberikan informasi terkait program yang ditawarkan, dengan mencantumkan *benefit*, link pendaftaran dan “kode promo” untuk memperoleh harga yang murah. Dari segi tampilan konten dari gradasi warna, font untuk tulisan, talent yang memperagakan dikemas dengan sangat singkat sehingga segala bentuk informasi dapat tersampaikan kepada khalayak. @Myskill.Id memberikan informasi terkait dengan pelatihan program-program yang dikhususkan untuk *upgrade skill* khususnya untuk *jobseekers* dan *workers*. Selain itu @Myskill.Id juga memberikan pelatihan untuk *career preparation* seperti pembuatan CV yang menarik, surat lamaran dan konsultasi terkait CV dengan mentor yang handal. Disamping konten Instagram @Myskill.Id juga menampilkan tips dan trik dalam

menghadapi interview, CV yang *redflag*, dan lainnya.

2. Berdasarkan proses *Encoding-Decoding* Stuart Hall dari keempat informan yang diteliti, dikategorikan 1 informan yang berada pada posisi *Dominant*, dan 3 informan lainnya berada pada posisi *Negotiated*. Sedangkan informan pada posisi Oposisi tidak ditemukan dalam penelitian ini. Perbedaan pemaknaan terhadap konten *Advertising Campaign* edukasi dalam memenuhi kebutuhan informasi *career preparation* dipengaruhi oleh beberapa faktor kontekstual yang mendukung, diantaranya latar belakang pendidikan (*field of education*), pengalaman (*field of experience*), dan pengetahuan (*field of knowledge*).
 - a. Pertama pemaknaan dari informan pada posisi Dominant menerima dan menyetujui konten *Advertising Campaign* edukasi dalam memenuhi kebutuhan informasi *career preparation* perihal 3 hal yaitu 1) Akun Instagram @Myskill.Id memiliki program didukung dengan adanya E-sertifikat dan harga yang ditawarkan sangat murah dengan adanya “kode promo” yang disematkan. Selain itu dalam setiap konten tidak hanya mempromosikan program-program saja melainkan juga memberikan trik dan tips yang bermanfaat. 2) konten yang diposting, dalam stories, reels, sorotan cerita Akun Instagram @Myskill.Id dikemas dengan sangat singkat, jelas, padat dan komunikatif sehingga pesan informasi tersampaikan secara efektif kepada khalayak. Terbukti dari tanggapan informan yang pernah mengikuti program-program @Myskill.Id dinilai sangat bagus, berkredibilitas dan ilmu yang diperoleh sangat bermanfaat untuk menunjang perkembangan karir. 3) cara pembelajaran bersifat *trustworthiness* dengan metode *learning by doing*. Artinya memanfaatkan media sosial maupun teknologi online yang bersifat interaktif dan durasi yang dapat menyesuaikan.
 - b. Kedua pemaknaan dari informan pada posisi Negosiasi memiliki pemaknaan, yaitu 1) konsep dari tema konten pada Akun Instagram @Myskill.Id sangat simple akan tetapi monoton. Dalam arti konsep dari pembuatan konten dinilai memiliki konsep yang sama. 2) adanya dorongan aspek psikologis individu dimana informan merasakan *anxiety* terhadap transisi jenjang karier sehingga hal ini mengakibatkan informan lebih aktif untuk mengeksplorasi informasi melalui sumber lain yang lebih relevan.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang dialami penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sulitnya mengatur waktu jadwal kesepakatan wawancara antara penulis dan informan yang menyebabkan kemudian beberapa kali penulis harus mengganti informan.

C. Saran

Setelah melaksanakan penelitian terkait Analisis Resepsi pada akun Instagram @Myskill.Id terhadap konten *Advertising Campaign* edukasi, maka saran dari peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Untuk akun Instagram @Myskill.Id selaku dalam hal ini sebagai obyek penelitian yang mana berperan sebagai produsen pesan kedepannya lebih mengoptimalkan terkait dengan konten-konten edukasi seputaran *career preparation*. Misalkan dengan memberikan gambaran permasalahan terkait dengan karir yang lebih kompleks sehingga para *jobseeker* untuk lebih mengenal resiko ketika sudah terjun dalam dunia kerja. Hal ini untuk meminimalisir timbulnya kecemasan yang menghambat perkembangan kemajuan dalam berkarir. Selain itu, diharapkan kedepannya @Myskill.Id tidak hanya melalui *online* saja melainkan ada event secara *offline* untuk dapat belajar secara langsung, dan bertemu dengan para anggota lainnya dan tutor yang handal.

Selanjutnya, semakin banyak social media yang berkecimpung di bidang edukasi seperti *career preparation* sebagai khalayak harus benar-benar bijak dalam mencari kebutuhan informasi terkait dengan hal tersebut. Hal ini untuk menghindari adanya pemberian informasi yang keliru, adanya penipuan berkedok pelatihan, adanya informasi kerja yang hanya mencari keuntungan finansial, dll. Oleh karena itu diperlukan akun-akun yang benar-benar terverifikasi dan selaku HR professional yang memiliki kredibilitas tinggi.

2. Saran Teoritis

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini diharapkan kedepannya dapat digunakan sebagai bahan rujukan pengembangan penelitian. Misalkan pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif sehingga akan melibatkan banyak variabel yang mempengaruhi resepsi *jobseeker* terhadap *career preparation*. Selain itu bisa menggunakan *mix method* supaya jangkauan penelitian lebih terukur dan memiliki tingkat validasi yang lebih matang karena melibatkan dua metode sekaligus. Akan tetapi hal ini harus didorong dengan teori materi yang kuat khususnya pada pengembangan teori Stuart Hall.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Meta (2023). Analisis Resepsi Penonton Pada Konten Edukasi Mengenai Karir Pada Akun Tiktok Vina Muliana . *S1 thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta*
- Andono, Pulung. A., WInarno, Sri., Gamayanto, Indra., & Novianto, Sendi. 2023. *Etika Profesi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Azkia, N. I., & Indriastuti, Y. 2024. “Analisis Resepsi Audiens Tentang Akun TikTok @codebluuuu (Review Kuliner Pada Restoran Bintang 5). *JIIP: Ilmiah Ilmu Pendidikan*.7(3), 2564-2571
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2024. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,82 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 3,04 juta rupiah per bulan. BPS. Mei 2024.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/06/2372/tingkat-pengangguran-terbuka-tpt-sebesar-4-82-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-04-juta-rupiah-per-bulan.html>
- Belch, G. E., Belch, M. B., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. 2019. *Advertising. An Integrated Marketing Communication Perspective*. Australia: McGraw-Hill Education
- Cahyani, Nafa Ardhita. 2023. Interpretasi Khalayak Remaja Terhadap Konten Edukasi Public Speaking (Analisis Resepsi pada Konten Video Public Speaking Akun TikTok @daffaspeaks Periode Januari-Mei 2023). *S1 thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta*.
- Creswell, John W. 2017. *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE Publications.
- Ghazali, M. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House
- Hafidz, SS., Istiqomah, N., Primadesti, R., Fauzia, F., Tobing, Nauli.L.S., Permadi, A.H., Maghfiroh, S.L., Akbar, Z.A., Wibisono,S.P., Maslulah., Ariyanto, B.D., Ansori, A.G., Syaivudin, A.T.F., & Juliandri, N. 2021. *KOMunikasi Pemasaran Pariwisata. Jawa Timur: UNITOMO PRESS*
- Hamzah, Ridho. 2019. *Nilai-nilai Kehidupan dan Resepsi Masyarakat*. Bandung: Puspida.
- Hidayat, Akhsan., Rifai, Akhmad., Musi. Suryani. 2023. Analisis Resepsi Edukasi Keuangan dalam Akun Tik Tok @Raymondchins (Studi pada Mahasiswa Sulawesi Selatan di Yogyakarta). *TRANSLITERA*. Vo. 12 No.1 Maret 2023

- Meliana, Nur A. 2023. Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Tiktok @VMULIANA Sebagai Upaya Motivasi Dalam Mengejar Karier (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Keluarga Mahasiswa Pelajar Pati Yogyakarta). *Skripsi. Universitas Islam Sunan Kalijaga*
- Mertens, Donna M. 2010. *Research and Paradigma* Interpretif. Malang: UIN Malang.
- Moleong, Lexy J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2021. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Primasari, Winda. 2016. Pemaknaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Media Siber. *Jurnal Makna*. 1 (2), 1 – 13
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. 2020. *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media* . Malang: UB Press
- Putri, C. P & Arviani, H. 2024. “Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Konten Lina Mukherjee Makan Babi Diawali Bacaan Bismillah Pada Akun Tiktok @lilumukerji. Reslaj: *Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 6(2). 715-726
- Ruslan, Rosady. 2019. *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Shinta, Nur Rahma T. 2020. Pengaruh Brand Ambassador, Advertising Campaign, Serta Country Origin Terhadap Minat Beli Pada Situs Tokopedia.com. *Skripsi. Jakarta: UIIN SYarif Hidayatullah*
- Sihombing, H. L. S., & Rakhmad, W. N. (2019). Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita. *Interaksi Online*, 7(4), 350-360
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

