

PROPOSAL TUGAS AKHIR

Analisis Persepsi Mahasiswa terhadap Konten
***@humansofgoto* di Media Sosial**

(Studi Kasus Konten Instagram *Humans of GoTo*)



Disusun Oleh:

Bunga Diva Maulida

1211003109

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Bunga Diva Maulida

NIM : 1211003109

Tanggal : 20 Juli 2025

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, representing the name Bunga Diva Maulida.

Bunga Diva Maulida

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Bunga Diva Maulida

NIM 1211003109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Mahasiswa terhadap Konten @humansofgoto di Media Sosial (Studi Kasus Konten Instagram Humans Of Goto)

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac., CSRA



Pembahas 1 : Dra. Ratna Indrayani, M.I.Kom



Pembahas 2 : Ajenk Ningga Citra., S.Sos., M.Si



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 2 September 2025

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya yang tiada putus. Hanya dengan izin, kekuatan, dan ridha-Nya, penulis dapat melewati setiap proses panjang hingga akhirnya menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Persepsi Mahasiswa terhadap Konten @humansofgoto di Media Sosial (Studi Kasus Konten Instagram *Humans of GoTo*)”** ini. Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi tanggung jawab saya sebagai mahasiswa. Tugas Akhir inipun dapat saya selesaikan berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semuanya.

Dalam kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan, terutama kepada:

1. Kepada Allah SWT

Atas Rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin. Dengan doa dan juga Rahmat-Nya.

2. Papa dan Mama Tercinta

Rasa hormat dan cinta yang tak terhingga penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Papa dan Mama. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, atas kerja keras dan pengorbanan yang tak pernah kenal lelah hanya demi kebahagiaan penulis. Kasih sayang, kesabaran, serta dukungan dari Mama dan Papa adalah anugerah terbesar dalam hidup penulis. Doa dari Papa dan Mama adalah alasan penulis mampu berdiri sekuat ini, meski dunia terasa begitu berat. Semoga dengan lancarnya skripsi ini menjadi salah satu bentuk doa tulus kalian selama ini.

3. Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac., CSRA selaku dosen pembimbing tugas akhir, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Miss Mirana yang telah mendampingi dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan banyak ilmu dan masukan berharga dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, serta kesediaan Ibu dalam membimbing penulis, meskipun sering

merepotkan dengan revisi yang tak sedikit. Semoga segala kebaikan Ibu mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

4. **Dra. Ratna Indrayani, M.I.Kom** selaku dosen penguji pertama penulis, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Miss Ratna yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir.

5. **Ajenk Ningga Citra., S.Sos ., M.Si** selaku dosen penguji kedua terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Miss Ajenk yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membangun sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan lebih baik.

6. **Diri Sendiri**

Penulis juga ingin memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih terdalam kepada diri sendiri. Terima kasih telah tetap bertahan, meski berkali-kali diuji rasa lelah, cemas, bahkan keraguan akan kemampuan diri sendiri. Terima kasih sudah berjuang keras melewati malam-malam panjang yang penuh tangisan dan tekanan. Terima kasih sudah tidak menyerah. Semua proses ini telah membentuk penulis menjadi pribadi yang jauh lebih sabar, tangguh, dan dewasa

7. **Teman-teman terdekat Penulis**

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang begitu dalam kepada teman-teman terdekat yang selalu hadir, tak hanya dalam tawa namun juga dalam duka. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi yang tenang. Pelukan hangat yang kalian berikan, tawa yang kalian tebarkan, serta kata-kata penyemangat yang mungkin terdengar sederhana di telinga orang lain, namun bagi penulis, justru menjadi energi untuk semangat.

8. **Kepada keluarga besar Komunal Angkatan 21**

yang telah menjadi ruang tumbuh, belajar, dan bertukar cerita. Kalian semua adalah bagian penting dalam perjalanan ini

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati memohon maaf serta membuka diri untuk segala saran dan kritik yang membangun demi

kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangan kecil dalam khazanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi pemasaran.

Jakarta, 20 Juli 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, ending with a small dot.

Bunga Diva Maulida

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bunga Diva Maulida
NIM : 1211003109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

“Analisis Persepsi Mahasiswa terhadap Konten @humansofgoto di Media Sosial (Studi Kasus Konten Instagram Humans of GoTo)”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Juli 2025

Yang Menyatakan



Bunga Diva Maulida

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
DAFTAR ISI	viii
Abstrak	x
Abstract	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Teoritis.....	4
1.4.2 Praktis	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 5	
2.1.1 Public Relations	5
2.1.2 6	
2.1.3 Instagram	7
2.1.4 8	
2.1.5 Persepsi.....	12
2.2 19	
BAB III	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 22	
3.2 22	
3.3 23	
3.4 25	
3.5 27	

3.6	27
3.7	30
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.2 penyajian Data	39
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	60
4.3.1 Konsistensi Pesan, kesesuaian Gambar dan Narasi, serta Keterhubungan Tema Antar Konten Mampu membangun Persepsi Informan yang Positif	60
4.3.2 Cerita autentik, informasi sesuai ekspektasi, konten yang tidak berlebihan mampu membangun persepsi Informan yang positif	75
BAB V	98
SIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1	98
5.2 Keterbatasan dan Kendala Penelitian	99
5.3 Saran	100
Daftar Pustaka.....	101
LAMPIRAN	104

Abstrak

Di tengah persaingan talenta yang semakin ketat, perusahaan memanfaatkan media sosial untuk strategi employer branding. Salah satu pendekatannya adalah melalui konten *@humansofgoto* yang menampilkan narasi otentik mengenai budaya kerja untuk menarik minat calon karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penyajian konten *@humansofgoto* di akun Instagram *@humansofgoto* dan bagaimana konten tersebut membentuk persepsi di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan lima mahasiswa sebagai informan utama dan dua ahli sebagai triangulator, serta observasi terhadap konten akun *@humansofgoto*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten *@humansofgoto* secara efektif menggunakan prinsip-prinsip Teori Naratif. Narasi yang disajikan terbukti Koheren (konsisten dan terpadu) dan memiliki Fidelitas (terasa otentik dan relevan) yang tinggi. Lebih lanjut, temuan menunjukkan bahwa persepsi positif mahasiswa terbentuk secara holistik melalui tiga tahapan sesuai Model Tiga Komponen Sikap: Kognitif (terbentuknya pengetahuan positif), Afektif (munculnya perasaan suka dan koneksi emosional), dan Konatif (terbentuknya niat kuat untuk melamar kerja). Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi konten naratif yang otentik di media sosial merupakan instrumen yang sangat efektif dalam membentuk persepsi dan minat karier di kalangan talenta muda.

Kata Kunci: Persepsi Mahasiswa, Konten *@humansofgoto*, Media Sosial, Citra Perusahaan, Teori Naratif

Abstract

In the midst of increasingly fierce talent competition, companies are using social media for employer branding strategies. One approach is through @humansofgoto content that features authentic narratives about work culture to attract potential employees. This study aims to analyze the strategy of presenting @humansofgoto content on @humansofgoto Instagram accounts and how the content shapes perceptions among students. This study uses a qualitative approach with a case study method. The data collection technique was carried out through in-depth interviews with five students as the main informants and two experts as triangulators, as well as observations on the content of @humansofgoto accounts. The results of the study show that @humansofgoto content strategy effectively uses the principles of Narrative Theory. The narrative presented is proven to be coherent (consistent and integrated) and has a high Fidelity (feels authentic and relevant). Furthermore, the findings show that students' positive perceptions are formed holistically through three stages according to the Three Components of Attitude Model: Cognitive (the formation of positive knowledge), Affective (the emergence of feelings of liking and emotional connection), and Conative (the formation of strong intentions to apply for a job). This study concludes that authentic narrative content strategies on social media are a very effective instrument in shaping perceptions and career interests among young talents.

Keywords: Student Perception, @humansofgoto Content, Social Media, Corporate Image, Narrative Theory