

ABSTRAK

Rafief qabil mulyana. Pengaruh Konten *Visual* Media Sosial Instagram Terhadap Minat Siswa Bergabung di LB LIA Makassar.

(dibimbing oleh Muhammad Yahya& Ahmad Syarif)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran strategi pemasaran lembaga pendidikan dari metode konvensional menuju pemasaran digital, khususnya melalui media sosial Instagram yang menekankan kekuatan konten *visual*. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh konten *visual* Instagram terhadap minat siswa untuk bergabung di Lembaga Bahasa LIA Makassar serta seberapa besar tingkat pengaruh tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat terpaan konten *visual* serta menguji pengaruhnya terhadap minat siswa secara statistik. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 151 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan statistik deskriptif, korelasi Pearson, dan regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *visual* Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat siswa untuk bergabung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian serta besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan hasil nilai koefisien determinasi menunjukkan besaran dampak konten *visual* yang diterima siswa dalam menentukan minat untuk bergabung sebesar 37% dan sisanya di pengaruh oleh faktor-faktor lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas dan intensitas konten *visual* yang disajikan, maka semakin meningkat pula minat siswa untuk bergabung di Lembaga Bahasa LIA Makassar. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengelolaan konten *visual* yang efektif dapat menjadi strategi pemasaran digital yang optimal dalam meningkatkan minat calon peserta didik.

Kata Kunci : Konten *Visual*, Media Sosial, Pemasaran Digital, Minat Siswa bergabung.