

ABSTRAK

Septianingsih, Ahmad Syarif dan Kamsar, Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Kreator Mushilda dalam Membangun *Engagement* di Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa terhadap konten kreator Mushilda serta keterkaitannya dengan *engagement* mahasiswa di Instagram. Fokus penelitian meliputi inferensi terhadap tujuan konten, atribusi terhadap karakter kreator, kondisi atribusi, dan perbedaan persepsi antarindividu berdasarkan *Correspondent Inference Theory* Edward E. Jones dan Keith E. Davis.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas mahasiswa aktif di Kota Makassar yang menggunakan Instagram dan mengikuti atau pernah mengakses konten Mushilda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai konten sebagai hiburan, sarana membangun kedekatan dengan pengikut, personal branding, dan aktivitas promosi. Karakter kreator dinilai melalui gaya komunikasi, kreativitas, keramahan, konsistensi, serta interaksi yang ditampilkan. Persepsi mahasiswa juga berbeda berdasarkan pengalaman menggunakan Instagram, intensitas mengikuti konten, dan preferensi masing-masing. Sementara itu, *engagement* mahasiswa terlihat melalui perhatian terhadap konten, ketertarikan, pemberian like, komentar, share, serta respons melalui Instagram Story. Dengan demikian, persepsi mahasiswa terhadap konten dan karakter kreator berkaitan dengan kecenderungan mahasiswa dalam memberikan *engagement* di Instagram.

Kata Kunci: Persepsi Mahasiswa, Konten Kreator, Instagram, *Engagement*, *Correspondent Inference Theory*.