

ABSTRAK

Penelitian ini berasal dari pentingnya program magang sebagai sarana meningkatkan keterampilan siswa dalam menghadapi dunia kerja serta tingginya penggunaan media sosial, khususnya Instagram, di kalangan Gen Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi konten Instagram @atapclass.id terhadap minat magang siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari siswa SMK di Kota dan Kabupaten Bandung yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan IBM SPSS versi 22 dengan teknik regresi sederhana, analisis deskriptif, serta uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten Instagram @atapclass.id memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat magang siswa. Strategi konten berkontribusi sebesar 54,6% terhadap minat magang dengan tingkat hubungan yang kuat. Temuan ini mendukung teori Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Theory of Reasoned Action (TRA), yang menyoroti pentingnya kualitas informasi dan daya tarik visual dalam membentuk minat siswa terhadap program magang

Kata Kunci: Atap Class, Elaboration Likelihood Model, Minat Magang, Strategi Konten, Theory of Reasoned Action