ANALISIS CONTENT PILLAR PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SCARLETTOFFICIAL

SKRIPSI

Oleh:

Mia Islamia

202010415406

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

ANALISIS CONTENT PILLAR PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SCARLETTOFFICIAL

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

Oleh:

Mia Islamia

202010415406

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Analisis Content Pillar Pada Akun Media Sosial Instagram @scarlettofficial
Nama Mahasiswa	: Mia Islamia
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415406
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian	: 23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENYETUJUI

Pembimbing

Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN.0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi	: Analisis Content Pillar pada Akun Media Sosial Instagaram @scarlettofficial
Nama Mahasiswa	: Mia Islamia
Nomor Pokok Mahasiswa	202010415406
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian	: 23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom ……
NIDN.0303077002

Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom ……
NIDN.0327119701

Sekretaris Penguji : Pagi Muhamad, S.I.Kom,.M.I,Kom ……
NIDN.0310038403

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos, M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A, M.Ed, Ph.D
NIP. 2203551	NIP.1908425

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Analisis Content Pillar Pada Akun Media Sosial Instagram @scarlettofficial", skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan ilmiah

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan diandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skirpsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui porta Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Mia Islamia

202010415406

ABSTRAK

Mia Islamia, 202010415406. Analisis Content Pillar pada Akun Media Sosial Instagaram @scarlettofficial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana implementasi *content pillar* dalam konten digital yang digunakan oleh akun Instagram @scarlettofficial. Penelitian ini berfokus pada empat pilar konten utama, yaitu Komunikasi, Kolaborasi, Edukasi, dan Hiburan. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui metode analisis isi terhadap 108 konten yang dipublikasikan dalam kurun waktu 11 Juni hingga 22 September 2024. Seluruh konten diklasifikasikan berdasarkan keempat pilar dan dianalisis secara deskriptif dengan menelusuri pesan, visual, gaya penyampaian, serta *respons audiens*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Scarlett secara efektif menerapkan masing-masing pilar dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik *audiens* di Instagram. Pilar Komunikasi terbukti efektif melalui terciptanya komunikasi dua arah di kolom komentar, khususnya pada konten Q&A dan informasi produk yang mendorong dialog terbuka antara *brand* dan *audiens*. Pilar Kolaborasi juga efektif karena mampu meningkatkan engagement, terlihat dari tingginya antusiasme terhadap kolaborasi dengan *public figure* seperti JKT48 dan Jane Ramida. Pilar Edukasi menunjukkan efektivitas melalui banyaknya komentar yang mengapresiasi informasi yang bermanfaat dan aplikatif, seperti *tips* perawatan dan penjelasan kandungan produk. Sementara itu, pilar Hiburan berhasil menciptakan suasana yang menyenangkan dan dekat dengan *audiens* melalui konten ringan seperti *vlog* dan cerita lucu, yang dibuktikan dengan banyaknya *respons* positif berupa komentar tawa, rasa terhibur, dan keterkaitan personal. Secara keseluruhan, keempat pilar konten digunakan secara efektif dan saling melengkapi dalam membangun narasi *brand*, menyampaikan pesan pemasaran, serta mempertahankan engagement dengan *audiens* melalui pendekatan kreatif di media sosial.

Kata kunci: Content Pillar, Instagram, Scarlett, Komunikasi Digital

ABSTRACT

Mia Islamia, 202010415406. ***Analysis of Content Pillars on the Instagram Social Media Account*** **@scarlettofficial.**

This study aims to analyze the implementation of content pillars in the digital content used by the Instagram account @scarlettofficial. The research focuses on four main content pillars: Communication, Collaboration, Education, and Entertainment. A qualitative approach was employed through content analysis of 108 posts published between June 11 and September 22, 2024. All content was classified according to the four pillars and analyzed descriptively by examining the messages, visuals, communication style, and audience responses. The findings indicate that Scarlett effectively applies each pillar using strategies tailored to the characteristics of its Instagram audience. The Communication pillar proves effective through the creation of two-way communication in the comments section, particularly in Q&A and product information posts that foster open dialogue between the brand and its audience. The Collaboration pillar also shows high effectiveness, as evidenced by strong engagement in posts featuring public figures such as JKT48 and Jane Ramida. The Education pillar is impactful, with many comments expressing appreciation for informative and practical content, including skincare tips and ingredient explanations. Meanwhile, the Entertainment pillar successfully fosters a lighthearted and relatable atmosphere through casual content such as vlogs and humorous stories, which received positive reactions like laughter, enjoyment, and personal connection. Overall, the four content pillars are used effectively and complement one another in building the brand narrative, delivering marketing messages, and maintaining audience engagement through creative approaches on social media.

Keywords: Content Pillar, Instagram, Scarlett, Digital Communication

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat ALLAH SWT atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul "Analisis Konten Pemasaran Digital pada Akun Media Sosial Instagram @scarlettofficial" dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal ini, tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang tua, yaitu Ibunda Erliana.

Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa,M.A., M.E., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan mengenai akademik perkuliahan.
5. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, memberikan masukan, dan memotivasi penulis dalam penelitian ini.
6. Teruntuk para sahabat, Mifta, Vinca, Bisri, Pitri, Masti yang telah memberi dukungan serta semangat bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Analisis Content.., Mia Islamia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

7. Teman-teman kantor "Marcopolo" yang telah memberikan arahan serta dukungan penuh dengan tawa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya
8. Dan yang terakhir, kepada diri sendiri, Mia Islamia, terima kasih.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi yang akan datang.

Jakarta, 30 Juli 2025

Penulis



Mia Islamia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Pertanyaan Penelitian 12
1.3 Tujuan Penelitian 12
1.4 Manfaat Penelitian 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **14**
2.1 Penelitian Tedahulu 14
2.2 Kerangka Konseptual 17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 17
2.2.2 Pemasaran Digital 23
2.2.3 Media Sosial 25
2.2.4 Instagram 26
2.2.5 Content Pillar 28
2.3 Kerangka Berpikir 35
BAB III METODE PENELITIAN **36**
3.1 Pendekatan Penelitian 36
3.2 Desain Penelitian 36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 37

3.4 Teknik Pengumpulan Data 43
3.4.1 Observasi 43
3.5 Teknik Analisis Data 45
3.5.1 Dokumentasi 47
3.6 Keabsahan Data 48
3.7 Tempat Pelaksanaan dan Waktu Penelitian 48
3.7.1 Tempat Pelaksanaan Penelitian 48
3.7.2 Waktu Penelitian 49
3.7.3 Timeline Penelitian 49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50
4.1 Gambaran Umum Penelitian 50
4.1.1 Profil Akun Instagram @scarlettofficial 50
4.2 Hasil Penelitian 50
4.3 Pembahasan 112
4.3.1 Implementasi Content Pillar pada Akun Instagram @scarlettofficiall 112
4.3.1 Analisis Interaksi Audiens 122
BAB V PENUTUP 126
4.4 Kesimpulan 126
4.5 Saran 128
4.5.1 Saran Akademis 128
4.5.2 Saran Praktis 128
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 14
Tabel 3. 1 Kriteria Konten Berdasarkan Empat Pilar 39
Tabel 3.2 Timeline Penelitian 49
Tabel 4. 1 Data Unggahan Konten Feed dan *Reels* pada Akun @scarlettofficial Per Juni - Septermber 2024 53
Tabel 4.2 Data Komentar dan Suka Kategori Pilar Komunikasi 69
Tabel 4.3 Data Komentar dan Suka Kategori Pilar Kolaborasi 83
Tabel 4.4 Data Komentar dan suka Kategori Pilar Edukasi 96
Tabel 4.5 Data Komentar dan Suka Kategori Pilar Hiburan 109
Tabel 4.6 Data Interaksi Audiens 122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024 2
Gambar 1. 2 Platfrom Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024 3
Gambar 1.3 Tampilan akun Instagram @scarlettofficial 5
Gambar 1. 4 Unggahan Instagram @scarlettofficial “Konten Blue Hydra x Laura” 7
Gambar 1. 5 Unggahan Instagram @scarlettofficial “Konten Scarlett Shower Gel x JKT48” 7
Gambar 1.6 Unggahan Instagram @scarlett “Konten Beby Tsabia Perfume Picks” 7
Gambar 1.7 Unggahan Instagram Scarlett Konten Edukasi 8
Gambar 4.1 Profil Akun Instagram @scarlettofficial 50
Gambar 4.2 Unggahan Konten Q&A 57
Gambar 4.3 Unggahan Konten Teaser Brand Ambassador 60
Gambar 4.4 Unggahan Konten Peluncuran Produk Baru 62
Gambar 4.5 Unggahan Highlight Story “Umroh” 66
Gambar 4.6 Unggahan Highlight Story “Umroh” 67
Gambar 4.7 Unggahan Konten Kolaborasi Scarlett x JKT48 73
Gambar 4.8 Unggahan Konten Kolaborasi Scarlett x Jane 76
Gambar 4.9 Unggahan Konten Kolaborasi Scarlett x The Powerpuff Girls 78
Gambar 4.10 Unggahan Highlight Story Review Tasya Farasya 81
Gambar 4.11 Unggahan Konten Perfume Tips 101 87
Gambar 4.12 Unggahan Konten Kandungan dan Manfaat Produk 90
Gambar 4.13 Unggahan Konten Skincare Routine 92
Gambar 4.14 Unggahan Highlight Story “Minett Curhat” 94
Gambar 4.15 Unggahan Konten Giveaway 99
Gambar 4.16 Unggahan Konten Drama Kehidupan Saat Adulting 102
Gambar 4.17 Unggahan Konten Daily Vlog 104
Gambar 4.18 Unggahan Konten “Si Tukang Ngeluh vs Si Legowo” 106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Data Observasi dan Dokumentasi

Lampiran 3 : Kartu Bimbingan

Lampiran 4 : Form Perbaikan