BAB V
PENUTUP

4.4 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Scarlett efektif mengimplementasikan keempat pilar konten dalam membangun komunikasi dan *engagement* melalui platform Instagram. Pilar komunikasi terwujud melalui berbagai konten yang menyampaikan informasi produk, peluncuran varian baru, hingga sesi tanya jawab. Komunikasi dua arah tercipta melalui konten Q&A dan interaksi aktif di kolom komentar, di mana pihak Scarlett secara konsisten merespons pertanyaan serta tanggapan dari *audiens*. Aktivitas ini memperkuat hubungan antara brand dan pengikut, sekaligus menciptakan ruang *dialog* yang terbuka dan responsif. Namun, dari sisi keterlibatan, tingkat *engagement* pada pilar komunikasi terbilang tidak merata terdapat konten yang berhasil mendorong interaksi tinggi, namun sebagian lainnya menunjukkan *respons* yang lebih rendah.

Pilar kolaborasi diimplementasikan melalui kerja sama dengan *public figure* seperti JKT48, Jane Ramida, dan Laura Moane. Kolaborasi ini memberikan dorongan signifikan terhadap *engagement* karena menghadirkan sosok yang dikenal dan disukai oleh target *audiens*. Antusiasme pengikut tercermin dari tingginya komentar positif dan reaksi yang menggambarkan kegembiraan terhadap kehadiran *public figure* tersebut dalam konten Scarlett. Secara keseluruhan, konten kolaborasi menunjukkan performa *engagement* yang konsisten dan cukup merata, menjadi salah satu pilar dengan efektivitas keterlibatan tertinggi dalam penelitian ini.

Pilar edukasi tercermin melalui konten edukatif seperti *tips* perawatan kulit, penjelasan kandungan produk, serta panduan pemakaian

yang dikemas secara menarik dan mudah dipahami. *Respons audiens* menunjukkan bahwa konten edukasi ini dianggap bermanfaat dan aplikatif. Hal ini terlihat dari banyaknya komentar berisi ungkapan terima kasih dan pengakuan atas manfaat informasi yang disampaikan, yang membantu *audiens* memahami produk secara lebih menyeluruh. Meskipun secara *engagement* konten edukasi menunjukkan fluktuasi antara tinggi dan rendah, namun pola interaksi tetap terjaga dan konsisten, mencerminkan adanya minat serta keterlibatan *audiens* terhadap nilai informatif yang ditawarkan.

Konten pada pilar hiburan efektif dihadirkan melalui berbagai unggahan ringan yang bersifat menghibur, seperti cuplikan *daily vlog*, cerita lucu yang *relatable*, hingga *giveaway* yang mendorong interaksi serta partisipasi aktif dari *audiens*. Konten-konten ini dikemas dengan gaya penyampaian yang santai, jenaka, dan ekspresif, sehingga mampu menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pengikutnya. Efektivitas pilar hiburan ini terlihat terutama dari konten *giveaway*, yang berhasil menghasilkan tingkat *engagement* paling tinggi dibandingkan jenis konten hiburan lainnya. mun memiliki engagement cukup stabil dan tinggi, dengan konten yang ringan dan menghibu. Keseluruhan temuan, dapat disimpulkan bahwa Scarlett mengimplementasikan *content pillar* secara terstruktur dan sesuai dengan karakteristik *audiens* media sosial. Setiap pilar berperan penting dalam membangun komunikasi yang bersifat informatif, interaktif, kolaboratif, edukatif, dan menghibur. Konten ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai ruang relasional yang mempererat ikatan antara *brand* dan konsumennya.

4.5 Saran

4.5.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang membahas konten media sosial menggunakan pendekatan *content pillar*. Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas objek kajian, membandingkan beberapa *brand*, atau melibatkan persepsi *audiens* agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

4.5.2 Saran Praktis

Scarlett disarankan untuk mempertahankan serta mengembangkan konten kolaborasi karena terbukti menghasilkan *engagement* tinggi, terutama saat melibatkan *public figure* populer. Pilar komunikasi sudah menunjukkan interaksi dua arah yang baik, namun masih perlu konsistensi dalam format agar keterlibatan *audiens* lebih merata. Konten edukatif sebaiknya dikemas lebih menarik dan interaktif untuk menjaga minat *audiens*. Sementara itu, konten hiburan seperti giveaway efektif menarik perhatian, namun variasi konten lain masih perlu dieksplorasi guna meningkatkan partisipasi secara menyeluruh.