

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan deskripsi umum mengenai objek penelitian. Peneliti menjelaskan profil perusahaan *Social content network* yang terdapat pada akun Instagram @Clozetteid serta gambaran umum pada akun Instagram. Peneliti juga akan menjabarkan jumlah frekuensi postingan yang terdapat pada akun Instagram @clozetteid yang diunggah selama periode Maret 2023 – Oktober 2024. Peneliti nantinya akan mengkategorisasikan data video dan foto yang terdapat pada akun tersebut melalui unit analisis dan beberapa konten video dan foto yang menggambarkan kategori penting yang diperlukan sesuai dengan kategori yang ada.

Instagram @clozetteid menyampaikan pesan komunikasi yang berfokus pada tema kecantikan dan gaya hidup, yang relevan dengan kebutuhan kaum milenial modern. Tema pesan mencakup tips kecantikan, tren *fashion*, kesehatan, hingga peran sebagai ibu. Sifat pesan yang diusung adalah informatif dan inspiratif, dirancang untuk memberikan nilai tambah kepada audiens dengan konten yang mudah dipahami dan menarik. Bentuk pesan pemasaran digital mereka memanfaatkan media video, seperti Instagram Reels, dan carousel untuk menyajikan tips serta ulasan produk secara visual dan dinamis. Melalui pendekatan kreatif seperti “Clozette Shares Secret & Love it or Leave it,” Clozette berhasil membangun interaksi dengan audiens sambil memperkuat branding mereka sebagai platform gaya hidup yang relevan dan terpercaya.



Gambar 4.1 Instagram Clozette Indonesia

Berdasarkan Gambar 4.1. dapat dilihat bahwa per tanggal 30 Agustus 2024, jumlah *followers* dari Clozette Indonesia adalah sekitar 151.000 *followers*. Hal tersebut menunjukkan banyaknya jumlah *followers* dari Clozette Indonesia yang mulai menggunakan media sosial sebagai perantara komunikasi dengan konsumenn dari tahun 2011. Banyaknya *followers* menunjukkan Clozette Indonesia yang sudah dikenal dan dapat bersaing dengan pesaing-pesaingnya (Clozette Indonesia, 2024). Clozette juga menerima investasi dari *Cool Japan Fund* sebesar \$10 juta yang bertujuan mempromosikan Clozette Indonesia dalam pasar digital yang lebih besar (Hidayat, 2019). Clozette menggunakan media Instagram untuk menyampaikan konten-konten marketing. Konten-konten marketing yang dimiliki Clozette Indonesia sangat beragam dan bermanfaat. Konten tersebut unik karena Clozette Indonesia tidak hanya melakukan promosi dari produk namun memberikan informasi pada masyarakat mengenai penggunaan makeup dan kesehatan kulit. Selain itu Clozette Indonesia juga memiliki konten persuasif di mana Clozette Indonesia menyarankan produk- produk pada *followers*nya.

Tabel 4.1. Deskripsi Kategori Konten

Kategori	Indikator
Sifat Pesan	(1) Informatif (2) Persuasif
Tema Pesan	(1) <i>Aspirations and Beliefs</i> (2) <i>David vs Goliath</i> (3) <i>Avalanche About to Roll</i> (4) <i>Contrarian/ Counterintuitive/ Challenging Assumptions</i> (5) <i>Personalities/ Personal Stories</i> (6) <i>How-to</i> (7) <i>Glitz and Glam</i> (8) <i>Seasonal/ Event-related</i>
Bentuk Pesan	(1) Video (2) Carousell

Sumber: Olahan Peneliti

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang efektif dalam menganalisis pesan komunikasi pada Instagram @clozetteid periode Maret 2023 – Oktober 2024. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengukur dan mengevaluasi secara sistematis tema pesan, sifat pesan, dan bentuk pesan pemasaran digital yang disampaikan melalui platform tersebut. Penelitian ini berfokus pada analisis berdasarkan kategori sifat pesan dengan indikator informatif dan persuasif, yang bertujuan untuk melihat cara @clozetteid memengaruhi audiensnya. Selain itu penelitian ini juga mengkaji kategori bentuk pesan dengan indikator video dan carousel untuk memahami daya tarik visual dan efektivitas komunikasi. Kategori tema pesan mencakup indikator Aspirations and Beliefs, David vs Goliath, Avalanche About to Roll, Contrarian/ Counterintuitive/ Challenging Assumptions, Personalities/ Personal Stories, How-to, Glitz and Glam, dan Seasonal/ Event-related yang dirancang untuk menarik perhatian kaum milenial dan pengguna media sosial lainnya.

4.2.1. Frekuensi Postingan Akun Instagram @clozetteid Terkait dengan Postingan *Beauty* dan *Lifestyle*

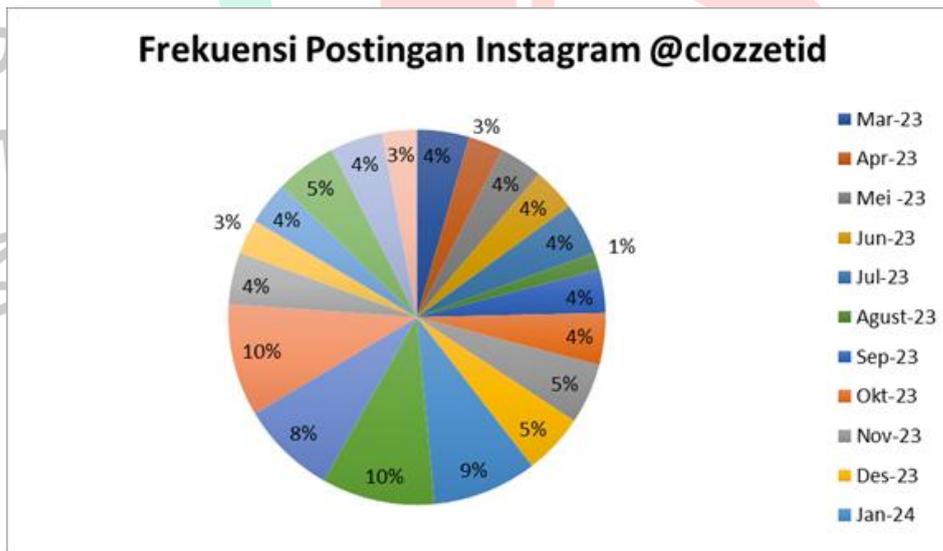
Postingan video pada akun Instagram milik @clozetteid peneliti akan menghitung berdasarkan dengan jumlah frekuensi konten video yang mengangkat

tema terkait konten kreatif yang di unggah selama periode Maret 2023 – Oktober 2024. Hal ini dilakukan oleh peneliti karena untuk mengetahui besarnya persentase unggahan 194 Instagram selama periode Maret 2023 – Oktober 2024.

Tabel 4.2. Frekuensi Postingan Instagram @clozetteid

Bulan	Jumlah Postingan		Frekuensi	
	2023	2024	2023	2024
Januari	0	12	0%	9%
Februari	0	13	0%	10%
Maret	6	11	4%	8%
April	4	13	3%	10%
Mei	5	6	4%	4%
Juni	5	4	4%	3%
Juli	6	5	4%	4%
Agustus	2	7	1%	5%
September	5	6	4%	4%
Oktober	6	4	4%	3%
November	7	0	5%	0%
Desember	7	0	5%	0%
Total Keseluruhan	53	81	40%	60%

Sumber: Olahan Peneliti



Data tersebut menunjukkan pola aktivitas postingan pada akun media sosial yang dianalisis selama periode 2023 dan 2024. Pada tahun 2023, jumlah postingan bulanan menunjukkan fluktuasi yang signifikan, dengan puncak aktivitas terjadi pada bulan Mei (5 postingan) dan aktivitas terendah di bulan Februari dan April yang tidak memiliki postingan sama sekali. Sebaliknya, pada tahun 2024, aktivitas postingan terlihat meningkat secara konsisten, dengan jumlah postingan tertinggi

terjadi pada bulan Oktober (4 postingan). Frekuensi aktivitas pun mengalami perubahan, di mana kontribusi masing-masing bulan terhadap total aktivitas keseluruhan lebih merata pada tahun 2024 dibandingkan 2023. Perbedaan ini menunjukkan adanya pergeseran strategi atau peningkatan fokus terhadap pengelolaan konten digital pada tahun 2024 untuk memperkuat kehadiran media sosial secara keseluruhan.

4.2.2. Sifat Pesan

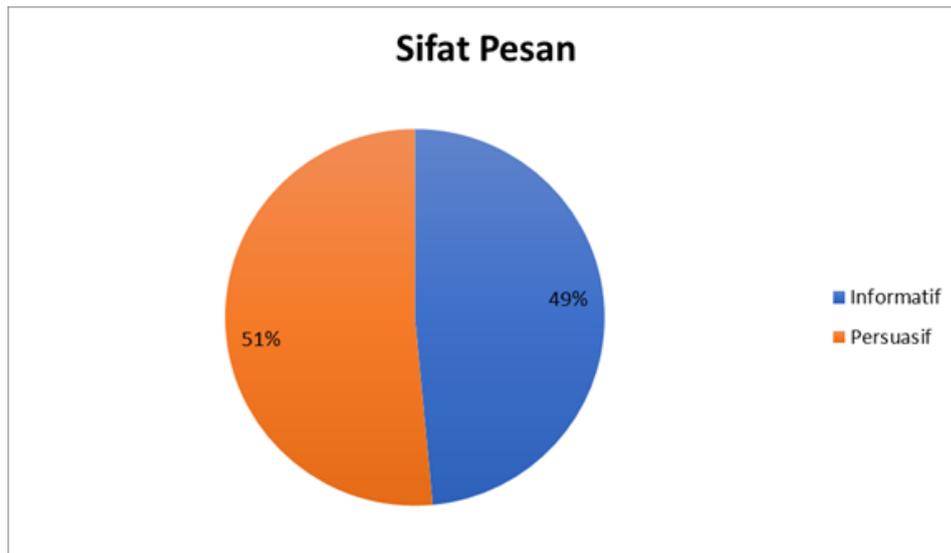
Sifat pesan dalam penelitian ini akan digunakan untuk menentukan bentuk pesan yang terdapat dalam setiap konten berdasarkan dengan kategori yang telah dibuat sebelumnya. Sifat pesan merupakan pesan yang disampaikan oleh seseorang kepada khalayak, dimana pesan tersebut dibuat dalam bentuk yang lebih spesifik. Pada sebuah konten, sifat pesan sangat bergantung pada apa yang ingin disampaikan. Dalam penelitian ini, sifat pesan yang terdapat dalam konten dilihat berdasarkan dengan bentuk pesan komunikasi yaitu informatif dan persuasif.

Sifat pesan yang pertama ialah informatif, dimana pesan yang disampaikan dalam konten @clozetteid ini memperlihatkan secara nyata apa yang ditemukan oleh team Clozetteid dalam melakukan promosi produk *beauty* dan *fashion*. Informasi tersebut dapat berupa data maupun dalam bentuk visual yang diperlihatkan dan ingin disampaikan kepada khalayak. Bentuk pesan yang kedua yaitu Persuasif, yaitu pesan yang disampaikan bertujuan untuk membeli produk *beauty* and *fashion*. Setelah dilakukan pengelompokan berdasarkan bentuk pesan yang terdapat dalam setiap konten @clozetteid, hasilnya ialah sebagai berikut:

Tabel 4.3. Sifat Pesan

Kategori	Indikator	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Sifat Pesan	Informatif	Pesan disampaikan bersifat informasi dengan menyajikan fakta atau data	65	49%
	Persuasif	Pesan bersifat mengajak, dapat mempengaruhi dan meyakinkan orang lain untuk bertindak	69	51%

Sumber: Olahan Peneliti



Data menunjukkan bahwa kategori sifat pesan dalam konten yang dianalisis terdiri dari dua jenis utama, yaitu informatif dan persuasif, masing-masing dengan jumlah postingan sebanyak 65, yang setara dengan 56% dari total konten. Pesan informatif fokus pada penyampaian fakta atau data yang relevan kepada audiens, bertujuan untuk memberikan pengetahuan atau wawasan baru. Sementara itu, pesan persuasif bertujuan untuk mengajak, mempengaruhi, atau meyakinkan audiens agar mengambil tindakan tertentu. Proporsi yang sama antara kedua sifat pesan ini menunjukkan adanya keseimbangan strategi dalam menyampaikan konten, baik untuk memberikan informasi yang berguna maupun untuk mendorong keterlibatan audiens secara aktif.

4.2.2.1. Informatif

Pada akun Instagram @clozetteid, pesan yang disampaikan bersifat informatif dengan fokus pada penyajian fakta atau data yang relevan bagi audiens. Konten yang diunggah sering kali mengandung informasi terbaru tentang tren kecantikan, mode, dan gaya hidup, dengan tujuan memberikan pengetahuan yang berguna kepada para pengikutnya. Misalnya, berbagai tips kecantikan, panduan perawatan kulit, serta informasi tentang produk yang sedang tren disampaikan dengan cara yang mudah dipahami dan didukung oleh data yang akurat. Pendekatan

ini memungkinkan audiens untuk tidak hanya mendapatkan hiburan, tetapi juga memperoleh wawasan yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam hal kecantikan dan gaya hidup. Berikut merupakan analisis isi untuk sifat pesan informatif yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.2. Postingan produk bentuk pesan pada @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid tentang produk bentuk pesan bentuk pesan Genoptics Ultraura Essence bentuk pesan bentuk pesan memberikan informasi yang sangat bermanfaat mengenai produk terbaru SK-II yang dirancang untuk mengatasi masalah kulit kusam akibat stres dan kurang tidur. Dengan menyajikan fakta dan data, @clozetteid menjelaskan bahwa essence ini dilengkapi dengan bentuk pesan bentuk pesan Pitera bentuk pesan bentuk pesan, bahan ikonis dari SK-II, serta kandungan baru bentuk pesan bentuk pesan SDL PRO bentuk pesan bentuk pesan yang berfungsi sebagai pencerah kulit. Informasi ini penting bagi audiens yang tertarik dengan produk kecantikan, karena memberikan pemahaman mengenai bahan-bahan efektif yang digunakan dalam produk tersebut dan bagaimana produk ini dapat membantu mengatasi masalah kulit. Selain itu, postingan ini juga mencakup informasi praktis seperti ketersediaan produk di gerai SK-II dan Sephora, serta harga yang ditawarkan untuk ukuran 30ml dan 50ml. Dengan demikian, @clozetteid berhasil menyampaikan pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga

relevan dan berguna bagi pengikut yang ingin tahu lebih dalam tentang solusi kecantikan yang tepat untuk mengatasi masalah kulit mereka.

Video di Instagram @clozetteid dikatakan informatif karena secara jelas dan terstruktur menyampaikan berbagai informasi penting terkait produk Genoptics Ultraura Essence dari SK-II. Dalam video tersebut, audiens diberikan penjelasan rinci tentang manfaat produk, yaitu untuk mengatasi masalah kulit kusam yang disebabkan oleh stres dan kurang tidur. Video ini juga menyoroti bahan-bahan utama yang terkandung dalam essence tersebut, seperti Pitera dan SDL PRO, yang berfungsi untuk mencerahkan kulit. Selain itu, video tersebut menyajikan fakta yang relevan mengenai produk, seperti ketersediaan di gerai SK-II dan Sephora, serta harga yang ditawarkan, yakni Rp 2,6 juta untuk ukuran 30ml dan Rp 3,9 juta untuk ukuran 50ml. Dengan menghadirkan data dan fakta secara langsung, video ini memberikan nilai tambah bagi audiens yang mencari solusi kecantikan yang berbasis pada informasi yang jelas dan dapat dipercaya. Sehingga, video ini memenuhi kriteria sebagai konten informatif yang membantu audiens dalam pengambilan keputusan terkait produk kecantikan.



Gambar 4.3. Postingan produk koleksi denim "Tarum" pada @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Konten yang dibagikan oleh akun Instagram @clozetteid ini menyoroti koleksi denim "Tarum" yang dirilis oleh brand lokal Sejauh Mata Memandang, yang dikenal dengan batiknya. Koleksi ini mengusung konsep slow fashion dengan mengutamakan keberlanjutan melalui penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan,

seperti benang daur ulang dan benang katun yang dipintal secara manual. Selain itu, proses pewarnaannya menggunakan tumbuhan tarum (indigo) yang dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab, hemat air, dan minim limbah. Dengan hanya menggunakan 2 liter air yang dapat dipakai berulang-ulang, koleksi ini menunjukkan komitmen Sejauh Mata Memandang terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan.

Pendekatan yang digunakan dalam unggahan ini tidak hanya menginformasikan audiens mengenai tren mode terkini, tetapi juga mengedukasi mereka tentang pentingnya memilih produk fashion yang ramah lingkungan. Konten ini memberikan penghargaan kepada seluruh tim dan pengrajin di balik pembuatan koleksi tersebut, yang memperlihatkan proses produksi yang penuh perhatian dan bertanggung jawab. Dengan menonjolkan elemen keberlanjutan, @clozetteid berhasil menyampaikan pesan yang menginspirasi tentang bagaimana industri fashion lokal dapat berinovasi dengan cara yang lebih sadar lingkungan, sekaligus mengajak audiens untuk mendukung produk-produk yang memiliki dampak positif bagi bumi.



Gambar 4.4. Postingan konten rekomendasi brand asal Jepang pada @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Konten yang dibagikan oleh akun Instagram @clozetteid ini menyasar audiens yang tertarik dengan dunia makeup, khususnya para "makeup enthusiasts." Dalam unggahan ini, @clozetteid membagikan informasi mengenai sebuah brand makeup asal Jepang yang populer di Indonesia, dengan tujuan memberikan

wawasan tentang produk yang tersedia baik di toko online maupun offline. Dengan menyajikan informasi yang relevan dan menarik, akun ini berhasil menciptakan keterlibatan audiens, terutama dengan mengajak mereka untuk berbagi pengalaman dan favorit produk mereka melalui komentar. Pendekatan ini tidak hanya mengedukasi pengikut tentang keberadaan produk makeup yang sedang tren, tetapi juga mendorong interaksi yang lebih personal dan mempererat hubungan antara brand dan audiens.

Konten yang dibagikan oleh akun Instagram @clozetteid ini dengan jelas termasuk dalam kategori sifat pesan informatif. Hal ini terlihat dari tujuan utama unggahan tersebut yaitu memberikan pengetahuan dan wawasan baru kepada audiens mengenai brand makeup asal Jepang yang populer di Indonesia. Informasi yang disajikan mencakup detail penting seperti ketersediaan produk di toko online maupun offline, sehingga membantu audiens untuk mengenal lebih jauh tentang produk tersebut dan cara mendapatkannya. Selain itu konten ini juga memperkaya pengetahuan audiens dengan memperkenalkan tren produk kecantikan yang sedang berkembang. Dengan memberikan informasi yang relevan dan menarik, konten ini cukup untuk memberikan edukasi kepada audiens.



Gambar 4.5. Postingan produk inovatif pada @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Konten yang dibagikan oleh akun Instagram @clozetteid ini menyasar audiens yang tertarik dengan dunia makeup, khususnya para "makeup enthusiasts." Dalam unggahan ini, @clozetteid membagikan informasi mengenai sebuah brand

makeup asal Jepang yang populer di Indonesia, dengan tujuan memberikan wawasan tentang produk yang tersedia baik di toko online maupun offline. Dengan menyajikan informasi yang relevan dan menarik, akun ini berhasil menciptakan keterlibatan audiens, terutama dengan mengajak mereka untuk berbagi pengalaman dan favorit produk mereka melalui komentar. Pendekatan ini tidak hanya mengedukasi pengikut tentang keberadaan produk makeup yang sedang tren, tetapi juga mendorong interaksi yang lebih personal dan mempererat hubungan antara brand dan audiens. Selain itu, penggunaan ajakan "share yuk" menambah elemen partisipatif yang membuat audiens merasa lebih terhubung dengan konten yang disajikan, menciptakan sebuah platform untuk berbagi pengalaman dan rekomendasi produk kecantikan.

4.2.2.2.Persuasif

Pesan persuasif di Instagram @clozetteid sering kali disampaikan dengan cara yang mengajak audiens untuk mencoba produk atau layanan tertentu, namun tetap menggunakan pendekatan yang berbasis pada fakta dan data yang kuat. Misalnya, dalam sebuah postingan tentang produk kecantikan, @clozetteid tidak hanya memberikan informasi tentang manfaat dan keunggulan produk, tetapi juga mengajak audiens untuk merasakan langsung perubahan yang ditawarkan produk tersebut, seperti klaim peningkatan kualitas kulit setelah penggunaan rutin. Dalam postingan seperti ini, data tentang bahan-bahan aktif yang digunakan, seperti Pitera dari SK-II, yang sudah terbukti dapat memberikan efek positif pada kulit, menjadi bagian dari pesan persuasif yang mendasari ajakan untuk mencoba produk tersebut. Selain itu, postingan tersebut sering menyertakan testimoni atau bukti-bukti pendukung lain yang membuat audiens merasa lebih yakin dengan efektivitas produk yang dipromosikan. Dengan cara ini, @clozetteid tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun keyakinan dan motivasi untuk audiens agar mengambil tindakan, seperti membeli atau mencoba produk, karena pesan yang disampaikan terasa kredibel dan relevan dengan kebutuhan audiens. Pendekatan ini efektif dalam memengaruhi audiens untuk bertindak tanpa terkesan memaksakan,

karena informasi yang diberikan jelas, bermanfaat, dan berbasis data yang dapat dipertanggungjawabkan.

Berikut merupakan analisis isi untuk sifat pesan persuasif yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.6. Postingan persuasif @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid yang menyebutkan "Tau nggak, Clozettters, ternyata warna lipstik favorit mencerminkan kepribadian kamu!" adalah contoh pesan persuasif karena berusaha menarik perhatian audiens dan mengajak mereka untuk terlibat aktif dengan konten tersebut. Penggunaan kata-kata yang membangkitkan rasa penasaran, seperti "ternyata warna lipstik favorit mencerminkan kepribadian kamu!", bertujuan untuk memicu audiens untuk mencari tahu lebih lanjut tentang hubungan antara warna lipstik dan kepribadian. Selain itu, ajakan untuk "swipe untuk tau lebih lanjut" memberikan dorongan untuk menggulir konten lebih lanjut, sementara undangan untuk "share warna kamu di kolom komentar" mengajak audiens untuk berpartisipasi dalam percakapan dan berbagi pendapat mereka.

Pesan ini bersifat persuasif karena tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong audiens untuk mengambil tindakan baik itu berinteraksi dengan postingan melalui komentar atau menjelajahi konten lebih lanjut. Penggunaan hashtag #internationalwomensday juga menambah dimensi sosial yang relevan, menghubungkan postingan ini dengan momen spesial yang merayakan peran wanita, dan mendorong audiens untuk merayakan diri mereka sendiri melalui

interaksi dengan brand. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens dengan konten dan brand, serta memperkuat hubungan antara audiens dan @clozetteid.



Gambar 4.7. Postingan pesan persuasif @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Konten Instagram @clozetteid ini secara jelas termasuk dalam kategori pesan persuasif karena tujuan utamanya adalah mendorong audiens untuk mencoba dan membeli produk lokal, yaitu cleansing balm dari @youbeauty_idn. Pesan ini dirancang untuk menarik perhatian audiens melalui berbagai strategi yang berorientasi pada penjualan, seperti menonjolkan keunggulan produk, termasuk kandungan bahan alami seperti coconut oil, Centella Asiatica extract, Vitamin E, dan Jojoba Seed oil, yang dikenal memiliki manfaat menenangkan dan melembapkan kulit. Selain itu klaim bahwa produk ini mampu membersihkan makeup secara tuntas hanya dalam 15 detik merupakan daya tarik yang signifikan bagi audiens yang mencari solusi cepat dan efektif dalam merawat kulit mereka. Ajakan untuk mencoba produk ini diperkuat dengan informasi tambahan seperti tiga pilihan ukuran produk dan harga mulai dari Rp 54.500, yang memberikan fleksibilitas bagi audiens untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran mereka.

Konten ini juga mendorong tindakan pembelian dengan memberikan informasi akses langsung ke YOU Official Store di berbagai platform e-commerce, memudahkan audiens untuk memperoleh produk tersebut. Dengan menggabungkan fakta, manfaat produk, dan kemudahan pembelian, @clozetteid berhasil

menciptakan pesan persuasif yang dirancang untuk menghasilkan penjualan, sekaligus menjaga kredibilitas dan relevansi bagi audiens. Pendekatan seperti ini menegaskan bahwa inti dari pesan ini adalah penjualan produk, sehingga tepat dikategorikan sebagai pesan persuasif.



Gambar 4.8. *Postingan pesan persuasif @clozetteid (Instagram/@clozetteid)*

Pesan ini bersifat persuasif karena mencoba mengajak audiens, khususnya mereka yang memiliki tipe kulit rentan berjerawat (acne prone), untuk mempertimbangkan produk yang dibagikan dalam konten. Penggunaan ungkapan "Minette mau share gimana caranya sembuh dari jerawat selama hampir 2 tahun terakhir" menambah kesan kepercayaan dan otentisitas pada produk tersebut, karena memperlihatkan pengalaman pribadi yang nyata. Ini memberikan audiens keyakinan bahwa produk tersebut dapat memberikan solusi bagi masalah jerawat yang mungkin dialami oleh banyak orang. Pesan ini juga mendorong audiens untuk melakukan pembelian produk dengan memberikan informasi bahwa produk tersebut tersedia di supermarket atau drugstore terdekat.

Hal ini mempermudah audiens untuk membeli produk secara langsung tanpa harus mencari-cari di toko online, menambah kenyamanan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli. Selain itu, penggunaan hashtag seperti #youvitgummymultivitamin, #youvitacno, #acnefighter, dan #acnefighterindonesia mengaitkan produk dengan topik yang relevan, serta memperkuat pesan persuasif

dengan menyasar audiens yang tertarik pada perawatan kulit khususnya yang berhubungan dengan masalah jerawat. Dengan menyampaikan pengalaman pribadi, mengaitkan dengan audiens yang memiliki masalah serupa, dan memberikan informasi praktis tentang pembelian, pesan ini berhasil mengajak audiens untuk mempertimbangkan dan mencoba produk tanpa terkesan memaksakan.



Gambar 4.9. Postingan pesan persuasif @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Pesan ini bersifat persuasif karena secara langsung mengajak audiens untuk mempertimbangkan produk Cloud Touch Blurring Skin Tint dari @youbeauty_idn dengan menyoroti kelebihan dan manfaatnya. Penyebutan bahwa produk ini "did designed buat kamu pemilik oily skin" dan memiliki kemampuan untuk "mengontrol sebum, breathable, dan bikin kulit tampak flawless" memberikan informasi yang relevan dan menarik bagi audiens yang memiliki masalah kulit berminyak, membuat mereka merasa produk ini cocok dengan kebutuhan mereka. Selain itu, penyebutan harga "cuma 120ribuan" dengan kualitas yang diklaim setara dengan harga lebih tinggi ("botol kaca dan keliatan mevvah banget") menambah kesan bahwa produk ini menawarkan nilai yang sangat baik.

Dengan kata lain, pesan ini meyakinkan audiens bahwa mereka mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau, memperkuat niat untuk membeli. Penyebutan tentang pilihan shades yang tersedia dan tingkat coverage yang variatif (sheer to medium) juga memberikan audiens informasi lebih

detail yang membantu mereka dalam membuat keputusan pembelian. Dengan informasi tentang harga yang bersaing, kualitas produk, dan formula yang sesuai untuk tipe kulit tertentu, pesan ini berhasil meyakinkan audiens untuk mempertimbangkan produk tersebut dan akhirnya mengambil tindakan untuk mencoba produk tersebut.

4.2.3. Tema Pesan

Tema pesan pada Instagram merujuk pada fokus atau tema utama dari konten yang diposting oleh suatu akun. Ini mencakup topik atau pesan yang secara konsisten disampaikan kepada audiens melalui postingan, cerita, dan interaksi lainnya di platform tersebut. Tema pesan membantu membentuk identitas merek, memperkuat koneksi dengan audiens, dan memberikan arah yang konsisten dalam komunikasi.

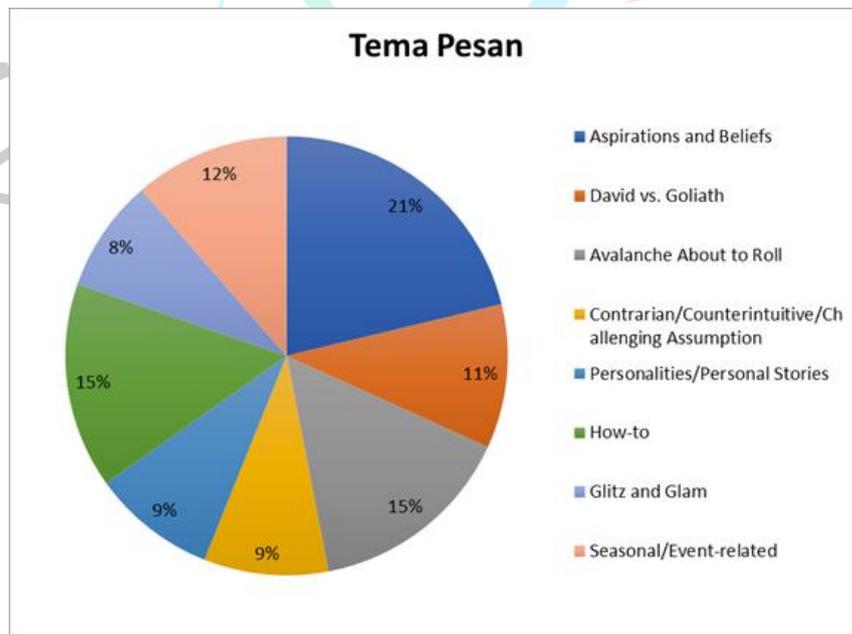
Ketika kita mempertimbangkan @clozetteid, tema pesan mungkin berkaitan dengan kecantikan, mode, dan gaya hidup. Akun ini mungkin menekankan tren terbaru dalam industri kecantikan dan mode, memberikan tips dan trik tentang perawatan kulit, rambut, dan makeup, serta membagikan inspirasi gaya untuk berbagai kesempatan. Selain itu, @clozetteid mungkin juga menyoroti merek-merek terkemuka dalam industri ini, berkolaborasi dengan influencer atau profesional kecantikan, serta memberikan wawasan tentang berbagai kampanye yang mereka jalankan atau dukung.

Dengan demikian, tema pesan @clozetteid mungkin berkisar pada keindahan, eksplorasi gaya hidup yang beragam, serta promosi produk atau layanan yang relevan dengan minat dan kebutuhan audiensnya. Clozette membantu membangun identitas merek yang kuat dan relevan di platform Instagram, sambil memberikan nilai tambah kepada pengikutnya dalam bentuk inspirasi dan informasi yang bermanfaat. Berikut ini adalah hasil penjelasannya:

Tabel 4.4. Tema Pesan

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Tema Pesan	Aspirations and Beliefs	Konten berisi nilai-nilai yang dianut oleh brand serta pesan yang menimbulkan kepercayaan dan membangun hubungan dengan konsumen.	28	21%
	David vs. Goliath	Konten berisi cerita perjuangan brand dalam mengembangkan bisnisnya dan pencapaian yang telah didapatkan	15	11%
	Avalanche About to Roll	Konten berisi hal yang akan muncul di masa mendatang, seperti perilsan produk baru.	20	15%
	Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption	Konten berisikan hal-hal yang bertentangan dengan apa yang dipercayai oleh publik	12	9%
	Personalities/Personal Stories;	Konten berisi seputar hal-hal di balik sebuah brand atau kisah seseorang yang berhubungan dengan brand	12	9%
	How-to	Konten berisikan tutorial atau langkah-langkah untuk melakukan sesuatu	20	15%
	Glitz and Glam	Konten berisikan sosok yang terkenal/ selebriti serta menunjukkan kemewahan	12	8%
	Seasonal/Event-related	Konten berisi hal-hal seputar event atau kampanye musiman yang diadakan oleh brand	15	12%
	Total			134

Sumber: Olahan Peneliti



Data di atas mengklasifikasikan tema pesan dalam konten yang dianalisis ke dalam beberapa dimensi yang mencerminkan jenis komunikasi yang ingin disampaikan kepada audiens. Tema "Aspirations and Beliefs" mencakup 28 postingan (24%), berfokus pada nilai-nilai yang dianut oleh merek dan membangun hubungan kepercayaan dengan konsumen. Sementara itu, tema "David vs. Goliath" yang mencakup 15 postingan (12,1%) menggambarkan cerita perjuangan merek dalam mengembangkan bisnisnya dan pencapaian yang telah diperoleh. Tema "Avalanche About to Roll" dengan 20 postingan (17,2%) menyampaikan hal-hal yang akan datang, seperti perilsan produk baru.

Terdapat juga tema "Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption" yang berjumlah 12 postingan (10,3%), yang berisi pesan yang bertentangan dengan apa yang umum dipercayai publik. Tema "Personalities/Personal Stories" (12 postingan, 10,3%) lebih menekankan pada cerita pribadi atau kisah di balik sebuah merek. Tema "How-to" dengan 20 postingan (17,2%) memberikan tutorial atau langkah-langkah praktis untuk melakukan sesuatu. Tema "Glitz and Glam" (12 postingan, 9,5%) lebih berfokus pada sosok selebriti atau menunjukkan kemewahan. Terakhir, "Seasonal/Event-related" yang memiliki 15 postingan (12,9%) berhubungan dengan event atau kampanye musiman yang diadakan oleh merek.

4.2.3.1. Aspirations and Beliefs

Pada akun Instagram @clozetteid, tema pesan *Aspirations and Beliefs* sering kali muncul dalam konten-konten yang mencerminkan nilai-nilai yang dianut oleh brand serta pesan yang bertujuan untuk membangun hubungan emosional dengan audiens. Sebagai contoh, banyak postingan yang mengedepankan pentingnya kepercayaan diri, kecantikan alami, dan keberagaman dalam hal gaya hidup dan kecantikan. Konten-konten ini tidak hanya menginformasikan produk-produk kecantikan, tetapi juga menginspirasi pengikut untuk meraih aspirasi mereka, baik dalam hal penampilan maupun kehidupan secara keseluruhan. Melalui pesan-pesan yang optimis dan mengedepankan keberagaman, @clozetteid berhasil menciptakan ruang di mana audiens merasa terhubung dan termotivasi untuk

percaya pada diri mereka sendiri, yang merupakan bagian dari nilai inti yang ingin disampaikan oleh brand tersebut.

Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan *Aspirations and Beliefs* yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.10. *Postingan pesan Aspirations and Beliefs @clozetteid (Instagram/@clozetteid)*

Pada postingan Instagram @clozetteid yang berjudul "Hati-hati nonton video ini!", tema pesan *Aspirations and Beliefs* tercermin melalui pendekatan yang mengedepankan aspirasi kecantikan alami dan pemenuhan kebutuhan personal audiens. Dengan mengajak pengikut untuk mencoba rekomendasi lip tint dan lip cream lokal yang cocok untuk tipe bibir kering dan tampilan *cloud skin*, postingan ini menyampaikan pesan yang mencerminkan keinginan untuk membantu audiens mencapai tampilan yang diidamkan dengan produk yang tepat. Ini mencerminkan keyakinan bahwa kecantikan tidak hanya terletak pada penampilan luar, tetapi juga pada kenyamanan dan rasa percaya diri yang diperoleh dari penggunaan produk yang sesuai dengan kebutuhan pribadi. Selain itu, penggunaan *call to action* dengan link untuk membeli produk di bio menegaskan pesan bahwa @clozetteid mendukung audiens untuk membuat pilihan yang sesuai dengan aspirasi mereka dalam merawat diri, sembari mendukung produk lokal yang berkualitas. Dengan cara ini, akun Instagram tersebut membangun hubungan emosional yang kuat dengan audiens melalui nilai-nilai kecantikan yang inklusif dan personal.



Gambar 4.11. *Postingan pesan Aspirations and Beliefs @clozetteid (Instagram/@clozetteid)*

Konten ini bertema pesan *Aspirations and Beliefs* karena mengangkat nilai-nilai yang berfokus pada gaya hidup aktif dan aspirasi untuk tampil modis, meskipun dalam konteks keseharian atau liburan bersama keluarga. Pesan ini mendorong para Dads untuk tetap menjaga penampilan mereka dengan tetap simpel namun stylish, yang menyiratkan bahwa setiap orang, tanpa memandang peran atau status, berhak untuk merasa percaya diri dengan penampilannya, bahkan dalam situasi santai seperti liburan. Selain itu, dengan menampilkan inspirasi OOTD dari public figures seperti @ringgoagus, @dittopercussion, @tarrabudiman, dan @willgoz, pesan ini menekankan keberagaman dalam cara berpenampilan dan memberi contoh bahwa gaya yang stylish tidak terbatas hanya untuk Moms atau kalangan tertentu saja.

Hal ini memperlihatkan keyakinan bahwa semua orang, termasuk Dads, bisa tampil keren dan nyaman, serta berperan dalam membentuk citra diri yang positif. Dengan menyebutkan produk jaket yang tahan hingga 6 derajat dan menampilkan gambar yang relevan, konten ini juga mencerminkan pesan bahwa kenyamanan dan fungsionalitas juga dapat dipadukan dengan gaya, mendukung audiens untuk memilih produk yang sesuai dengan aspirasi mereka untuk tampil fashionable

namun praktis. Pesan ini membangun hubungan emosional dengan audiens melalui dorongan untuk meraih rasa percaya diri melalui pilihan penampilan yang sederhana namun menarik.



Gambar 4.12. *Postingan pesan Aspirations and Beliefs @clozetteid (Instagram/@clozetteid)*

Konten ini bertema pesan *Aspirations and Beliefs* karena mengangkat ide tentang keberhasilan seseorang dalam mencapai tujuan kecantikan yang diinginkan melalui penggunaan teknik atau hacks yang efektif. Pesan ini mencerminkan keyakinan bahwa audiens, dalam hal ini Clozettes, dapat memperoleh penampilan yang diinginkan dan merasa lebih percaya diri dengan memanfaatkan tips atau trik yang bermanfaat. Melalui video dan rekomendasi tentang teknik bakar untuk membuat foundation awet seharian, @clozetteid tidak hanya memberikan informasi tentang cara praktis untuk mendapatkan hasil makeup yang maksimal, tetapi juga menyampaikan pesan bahwa setiap orang memiliki potensi untuk mengeksplorasi dan menemukan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka. Dengan membagikan pengalaman pribadi Minette yang merasa penasaran dan berhasil mencoba hacks tersebut, konten ini menginspirasi audiens untuk mencoba sesuatu yang baru dan mempercayai bahwa langkah-langkah kecil dapat membuat perbedaan dalam mencapai tujuan kecantikan mereka. Hal ini juga menunjukkan

dukungan terhadap penggunaan produk lokal yang relevan, serta menciptakan hubungan emosional dengan audiens melalui pesan tentang kepercayaan diri dan pencapaian yang lebih baik dalam merawat diri.

4.2.3.2. David vs. Goliath

Pada postingan Instagram @clozetteid yang bertema *David vs. Goliath*, tema ini terlihat melalui cerita perjuangan brand lokal dalam menghadapi tantangan besar dan bersaing dengan merek-merek internasional. Dalam konteks ini, @clozetteid sering menyoroti bagaimana brand lokal berjuang untuk mendapatkan pengakuan dan kesuksesan di pasar global, meskipun sumber daya mereka lebih terbatas dibandingkan dengan perusahaan besar. Contohnya, postingan tentang BLP *Beauty* yang menjadi brand kecantikan lokal pertama yang tampil di Paris *Fashion Week* menunjukkan bagaimana brand ini berhasil menembus pasar internasional dan bersaing di panggung global dengan merek-merek besar dari seluruh dunia. Melalui cerita seperti ini, @clozetteid menyampaikan pesan pemberdayaan bagi pengikutnya, bahwa meskipun kecil atau baru, brand lokal memiliki potensi besar untuk bersaing dan berhasil di pasar yang lebih luas. Hal ini memberikan inspirasi dan semangat untuk audiens yang memiliki aspirasi besar, baik dalam dunia bisnis maupun kehidupan pribadi mereka.

Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan David vs. Goliath yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.13. Postingan tema *David vs. Goliath* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *David vs. Goliath* mencerminkan perjuangan dan keberhasilan brand lokal dalam bersaing di pasar besar, khususnya dalam industri fesyen. Dalam hal ini, @clozetteid menampilkan koleksi baju lebaran dari brand lokal Vanilla Hijab yang mengangkat tema "Delarosa", yang terinspirasi dari kekayaan flora Indonesia. Melalui koleksi ini, Vanilla Hijab berusaha untuk menonjolkan kekuatan dan keindahan lokal Indonesia, meskipun dihadapkan pada pasar fesyen global yang sudah dipenuhi oleh merek-merek besar. Keberhasilan Vanilla Hijab dalam menciptakan koleksi yang unik dan menarik, dengan desain yang memadukan motif khas Indonesia dan detail yang rumit, menjadi contoh bagaimana brand lokal dapat bersaing dengan merek internasional dengan kekuatan dan karakter mereka sendiri. Dalam hal ini, @clozetteid mengangkat cerita ini sebagai inspirasi bagi audiens bahwa meskipun menghadapi tantangan besar, brand lokal tetap dapat bersaing dan sukses di pasar yang luas.



Gambar 4.14. Postingan tema *David vs. Goliath* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *David vs. Goliath* mencerminkan perjuangan dan keberhasilan brand lokal dalam menghadapi

tantangan besar serta bersaing dengan merek internasional. Dalam hal ini, @clozetteid menyoroti pencapaian luar biasa dari BLP Beauty, yang menjadi brand kecantikan lokal pertama yang tampil di Paris Fashion Week, bersama brand-brand besar dari Asia Tenggara. Dengan membawa tema “A Celebration of Southeast Asian Beauty” yang mengangkat keberagaman kulit perempuan Indonesia dan budaya Flores, Nusa Tenggara Timur, BLP Beauty berhasil menonjolkan keunikan dan kekuatan lokal yang tidak hanya relevan di pasar domestik, tetapi juga di pasar global.

Pencapaian ini memperlihatkan bahwa meskipun BLP Beauty merupakan brand lokal dengan sumber daya yang terbatas dibandingkan dengan merek-merek internasional, mereka mampu bersaing di panggung dunia dengan ide dan kreativitas yang berakar dari kekayaan budaya Indonesia. Melalui konten ini, @clozetteid menyampaikan pesan pemberdayaan dan inspirasi kepada audiens bahwa brand lokal, meskipun lebih kecil dan baru, memiliki potensi besar untuk berhasil dan diterima di pasar internasional. Ini memberikan semangat bagi audiens yang memiliki aspirasi besar, baik dalam dunia bisnis maupun kehidupan pribadi mereka, untuk terus berjuang dan mempercayai bahwa dengan tekad dan ide yang kuat, mereka bisa mencapai kesuksesan.



Gambar 4.15. Postingan tema David vs. Goliath @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *David vs. Goliath* mencerminkan perjuangan dan keberhasilan brand lokal, dalam hal ini @roseallday.co, yang memperkenalkan inovasi terbaru di industri kecantikan dengan menghadirkan The Realest Lightweight Skin Tint. Meskipun sebagai brand lokal, @roseallday.co berhasil menciptakan produk dengan kualitas dan formula yang bersaing dengan merek internasional. Produk ini tidak hanya menawarkan manfaat estetika, tetapi juga mengutamakan perawatan kulit melalui bahan-bahan seperti Marrubium Vulgare Extract, Niacinamide, dan Squalane, yang memberikan keuntungan lebih bagi penggunanya.

Dengan memperkenalkan produk inovatif yang menggabungkan perawatan kulit dan makeup, @roseallday.co membuktikan bahwa brand lokal dapat memberikan solusi kecantikan yang tidak kalah saing dengan merek besar. Melalui peluncuran flagship store di Pondok Indah Mall dan perkenalan skin tint baru ini, @roseallday.co menunjukkan bahwa meskipun sumber daya mereka lebih terbatas dibandingkan dengan merek-merek besar, mereka tetap bisa bersaing di pasar yang lebih luas dengan produk berkualitas dan inovasi yang menarik. Postingan ini menginspirasi audiens bahwa brand lokal memiliki potensi besar untuk bersaing dan meraih kesuksesan, serta mendorong mereka untuk mendukung produk-produk lokal yang berkualitas.

4.2.3.3. *Avalanche About to Roll*

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *Avalanche About to Roll* mengisyaratkan adanya peluncuran produk baru yang dapat menarik perhatian audiens. Dalam hal ini, @clozetteid menginformasikan tentang koleksi terbaru dari @vanillahijab yang akan segera hadir menjelang Ramadan 2023. Dengan memperkenalkan koleksi sarimbit, capsule collection, dan lini baru Vanilla Prive, postingan ini membangkitkan rasa penasaran dan antusiasme audiens terhadap produk yang akan diluncurkan. Penggunaan kata-kata yang menggugah, seperti "coba cek koleksi raya 2023" dan deskripsi tentang desain yang terinspirasi dari kekayaan flora Indonesia, memperkuat gambaran tentang peluncuran yang akan datang dan mengundang audiens untuk tidak ketinggalan informasi lebih lanjut.

Tema *Avalanche About to Roll* di sini mencerminkan momentum besar yang sedang dibangun, dengan koleksi baru yang siap meledak di pasar dan menarik minat para pengikut yang menantikan tren terbaru.

Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan *Avalanche About to Roll* yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.16. Postingan tema pesan *Avalanche About to Roll* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid ini mengusung tema pesan *David vs. Goliath*, yang menggambarkan pertarungan antara brand besar seperti Adidas dengan daya tarik global BLACKPINK dan pesaing lainnya dalam industri *fashion*. Dalam hal ini, Adidas, sebuah merek besar yang sudah memiliki nama internasional, berkolaborasi dengan grup musik super populer BLACKPINK untuk meluncurkan sepatu dalam koleksi 'HOME OF CLASSICS'. Dengan menggandeng para personel BLACKPINK, postingan ini menyoroti bagaimana Adidas berusaha tetap relevan dan menarik bagi audiens muda yang sangat menggemari tren *fashion* dan influencer ternama.



Gambar 4.17. Postingan tema pesan *Avalanche About to Roll* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *Avalanche About to Roll* mencerminkan antisipasi besar terhadap peluncuran produk baru dari @officialrainebeauty. Dalam hal ini, produk terbaru yang diluncurkan adalah tiga shades baru dari Soft Cheek Color Drops, yang menambah varian produk sebelumnya yang telah viral. Postingan ini membangkitkan rasa penasaran audiens dengan menggambarkan warna-warna baru yang menggugah selera, serta menekankan pada kesan percaya diri dan kebebasan berekspresi, yang menggambarkan tren kecantikan yang sedang berkembang. Penggunaan kata-kata seperti "I'm Fearless", "I'm Brilliant", dan "I'm In The Mood" semakin memperkuat gambaran tentang keberanian untuk berekspresi dan mencoba tampilan baru.

Selain itu, informasi tentang formulasi produk yang buildable, blendable, dan breathable, serta komitmen terhadap Conscious Beauty dan keberlanjutan melalui penggunaan plastik PCR dan wadah frosted glass daur ulang, semakin menambah nilai produk ini di mata audiens. Dengan cara ini, @clozetteid menciptakan momen yang mengundang audiens untuk menantikan peluncuran produk baru yang akan datang, memperkuat antisipasi mereka untuk mencoba varian terbaru dari produk ini. Tema *Avalanche About to Roll* di sini

menggambarkan momentum yang sedang dibangun oleh @officialrainebeauty dengan peluncuran produk baru yang akan menarik perhatian audiens dan memperkuat posisi mereka di pasar kecantikan.



Gambar 4.18. Postingan tema pesan *Avalanche About to Roll* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *Avalanche About to Roll* mencerminkan antisipasi besar terhadap peluncuran koleksi terbatas dari kolaborasi Adidas Stan Smith dengan karakter Hello Kitty. Dalam hal ini, sneakers ikonik tersebut bukan hanya menghadirkan desain timeless, tetapi juga menambah elemen playful dengan penambahan Hello Kitty pouch dan sockliner dengan cetakan karakter tersebut. Postingan ini menggugah rasa penasaran dan keinginan audiens untuk memiliki sepatu eksklusif ini, mengingat desain yang menggemaskan dan terbatasnya koleksi ini. Penggunaan kata-kata seperti "gemas banget" dan "terbatas" menambah daya tarik produk ini, yang membuat audiens merasa harus segera mendapatkannya sebelum kehabisan.

Selain itu, informasi tentang harga dan lokasi pembelian di @atmos_id semakin memperkuat kesan eksklusif dari koleksi ini. Dengan cara ini, @clozetteid berhasil membangun momen yang menggugah minat dan antisipasi audiens terhadap produk kolaborasi yang sedang diburu, menciptakan ekspektasi tinggi untuk peluncuran produk tersebut. Tema *Avalanche About to Roll* di sini

menggambarkan momentum besar dari kolaborasi ini yang pasti akan menarik perhatian audiens dan memberikan kesan bahwa produk ini akan segera menjadi tren di kalangan penggemar sneakers dan Hello Kitty.

4.2.3.4. *Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption*

Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption menampilkan pesan yang menantang asumsi umum di dunia kecantikan atau *fashion*. Dalam konten ini, ada pendekatan yang tidak biasa dalam mengubah pandangan atau memberikan solusi yang berbeda dari apa yang biasanya diterima audiens. Misalnya, ketika produk kecantikan atau *fashion* yang biasa dianggap sebagai standar atau tren diterima begitu saja, postingan ini mungkin menawarkan perspektif baru yang menentang pandangan umum. Sebagai contoh, apabila audiens terbiasa dengan produk kecantikan yang mengedepankan satu jenis hasil, postingan ini bisa memperkenalkan ide atau produk yang memberikan hasil yang tidak terduga, atau bahkan mengajak audiens untuk mempertanyakan kebiasaan atau preferensi mereka dalam memilih produk tertentu. Dengan cara ini, @clozetteid berhasil menggugah audiens untuk berpikir kritis dan membuka diri terhadap inovasi yang lebih segar dan tak terduga dalam dunia kecantikan dan *fashion*.

Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan *Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption* yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.19. Postingan tema pesan *Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption dengan cara yang menarik, karena mengajukan konsep yang bertentangan dengan asumsi umum. Biasanya, untuk mendapatkan penampilan pipi tirus ala K-Pop Idol, orang cenderung berpikir bahwa mereka harus menggunakan prosedur kosmetik mahal atau produk kecantikan yang khusus. Namun, dalam postingan ini, @clozetteid mengajak audiens untuk mencoba hacks sederhana yang bisa memberikan hasil serupa tanpa harus melakukan hal-hal yang rumit atau mahal. Ini secara tidak langsung menantang pemikiran umum bahwa hanya produk atau metode yang rumit dan mahal yang dapat menghasilkan perubahan signifikan dalam penampilan. Dengan mempromosikan hacks kecantikan yang sederhana dan mudah diterapkan, postingan ini mengajak audiens untuk berpikir berbeda dan mencoba pendekatan yang lebih mudah dan terjangkau.



Gambar 4.20. *Postingan tema pesan Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption @clozetteid (Instagram/@clozetteid)*

- Postingan Instagram @clozetteid dengan tema Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption mencerminkan pendekatan yang menantang asumsi umum tentang kecantikan dan perawatan diri. Dalam konten ini, @clozetteid menggunakan pesan yang mengajak audiens untuk berpikir berbeda dengan memberikan solusi kecantikan yang dianggap tidak biasa atau mengejutkan, yaitu hacks untuk tampil lebih muda meskipun berusia matang. Dengan menggunakan frasa seperti "Mature babes nggak perlu khawatir" dan "kalian bisa keliatan muda kalau pakai hacks ini", @clozetteid menantang pandangan konvensional yang menganggap bahwa hanya produk atau metode perawatan tertentu yang efektif untuk meremajakan penampilan. Melalui penggunaan beauty hacks, postingan ini memperkenalkan alternatif atau pendekatan yang lebih mudah dan cepat, yang berlawanan dengan metode perawatan kecantikan yang lebih mahal atau memerlukan prosedur rumit.



Gambar 4.21. *Postingan tema pesan Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption @clozetteid (Instagram/@clozetteid)*

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumption mencerminkan pendekatan yang menantang asumsi umum tentang bagaimana seharusnya rambut diatur atau dipakai. Banyak orang beranggapan bahwa rambut depan yang menghalangi wajah harus disisir rapi atau bahkan diikat, namun dalam konten ini, @clozetteid memperkenalkan trik tuck in sebagai solusi yang lebih praktis dan menyenangkan untuk mengatasi masalah tersebut. Dengan mengajukan trik tuck in sebagai alternatif, postingan ini menggugah audiens untuk berpikir lebih kreatif dan fleksibel dalam menata rambut, serta menantang asumsi bahwa rambut harus selalu terikat atau rapi. Pesan ini mendorong audiens untuk lebih percaya diri dalam bereksperimen dengan gaya rambut yang lebih santai dan mudah, tanpa terikat pada aturan konvensional tentang penampilan.

4.2.3.5. *Personalities/Personal Stories*

Tema pesan *Personalities/Personal Stories* pada postingan Instagram @clozetteid dapat dilihat dari cara mereka membagikan cerita pribadi dan pengalaman yang relevan dengan audiens. Dalam setiap konten, sering kali ada cerita tentang tokoh atau brand yang diangkat, seperti kisah perjalanan brand atau cerita di balik kehidupan seseorang yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan. Misalnya, postingan tentang tips kecantikan atau rekomendasi produk

yang diikuti dengan cerita tentang pengalaman pribadi atau ulasan dari para influencer atau penggiat kecantikan, memberikan sentuhan yang lebih manusiawi dan relatable bagi pengikut. Dengan mengungkapkan cerita pribadi, postingan ini berusaha membangun kedekatan dengan audiens dan menciptakan ikatan emosional, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan terhadap brand atau produk yang dipromosikan.

Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan *Personalities/Personal Stories* yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.22. Postingan tema pesan *Personalities/Personal Stories* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema pesan *Personalities/Personal Stories* ini sangat kental dengan nuansa cerita pribadi yang relatable. Dalam konten ini, @clozetteid berbagi pengalaman pribadi Minette terkait dengan perjalanan perawatan kulitnya. Dengan menyampaikan bagaimana Minette dulunya ragu dan "pilih kasih" soal perawatan kulit, namun akhirnya menemukan rutinitas yang membuat kulitnya glowing, cerita ini mengundang audiens untuk merasakan kedekatan emosional. Penggunaan istilah "spill disini" dan cerita tentang pencapaian perawatan kulit memberikan kesan lebih personal, seolah-olah pengikut diajak berbagi rahasia perawatan kulit yang berhasil. Hal ini mengundang audiens untuk merasa lebih terhubung dan percaya pada produk yang

dibagikan, karena disampaikan oleh seseorang yang sudah melewati pengalaman serupa. Pendekatan ini efektif karena membangun hubungan yang lebih autentik dengan pengikut dan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap brand yang dipromosikan, dalam hal ini produk @jergens.id.



Gambar 4.23. Postingan tema pesan Personalities/Personal Stories @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *Personalities/Personal Stories* mencerminkan cerita pribadi dan pengalaman yang relatable bagi audiens. Dalam konten ini, @clozetteid berbagi cerita tentang pengalaman Minette dalam menikmati kolaborasi antara Crocs dan Naruto. Dengan menggunakan gaya bahasa yang santai dan menyenangkan, Minette menggambarkan bagaimana kolaborasi ini membuatnya merasa seperti "Hokage," serta menunjukkan keterikatan emosionalnya dengan produk tersebut melalui cerita tentang desain yang unik dan elemen-elemen khas Naruto, seperti shuriken, kunai, dan pouch Kakashi yang lucu. Cerita ini memberikan kesan bahwa Minette bukan hanya sekadar mengulas produk, tetapi juga berbagi pengalaman pribadi yang dapat membuat audiens merasa lebih terhubung. Dengan menambahkan sentuhan personal dan menggambarkan kesan spesial dari kolaborasi ini, postingan ini memperkuat ikatan

emosional dengan pengikut, mendorong mereka untuk merasakan kedekatan yang lebih dalam dengan produk yang dipromosikan. Pendekatan ini efektif dalam membangun hubungan yang lebih autentik dan meningkatkan keterlibatan audiens.



Gambar 4.24. Postingan tema pesan Personalities/Personal Stories @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

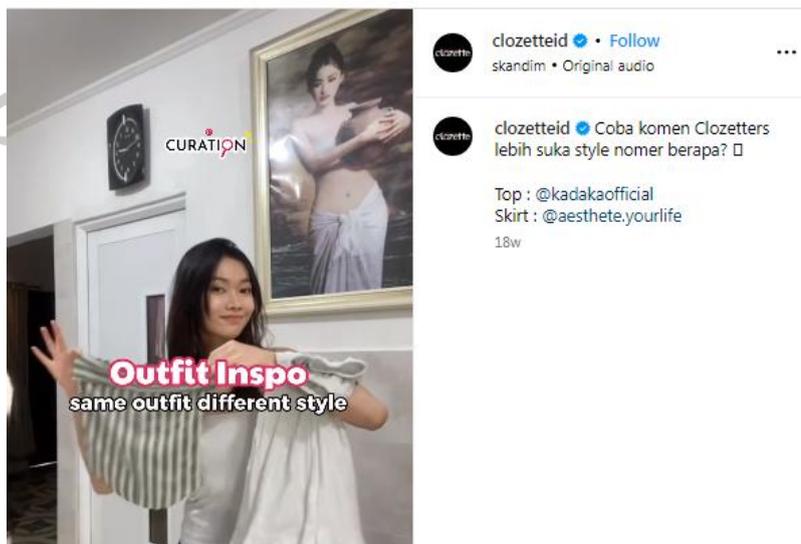
Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *Personalities/Personal Stories* mencerminkan pengalaman pribadi Minette yang dapat membangun kedekatan emosional dengan audiens. Dalam konten ini, Minette berbagi cerita tentang penggunaan produk @elsheskin yang ia coba untuk membantu eksfoliasi kulit dan memberikan hasil glowing serta halus. Dengan berbicara tentang pengalaman pribadi yang menyentuh, seperti kulit kusam akibat paparan debu dan polusi, Minette membuat audiens merasa terhubung dengan masalah yang serupa. Minette juga menambahkan sentuhan kepribadian dengan menyatakan bahwa produk tersebut tidak terasa keras di kulit namun memberikan hasil yang efektif. Pendekatan ini memberikan kesan yang lebih autentik dan membuat audiens merasa bahwa Minette benar-benar merekomendasikan produk berdasarkan pengalaman pribadi, bukan hanya sebagai influencer. Selain itu, Minette mengundang audiens

untuk berinteraksi dengan bertanya tentang masalah kulit yang ingin dicoba, yang semakin mempererat hubungan dan meningkatkan keterlibatan audiens.

4.2.3.6. *How-to*

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema pesan *How-to* memberikan informasi praktis yang mudah diikuti oleh audiens. Dalam konten ini, @clozetteid memberikan panduan langkah-demi-langkah atau tips yang jelas tentang cara melakukan sesuatu, seperti perawatan kulit atau tips kecantikan. Pesan *How-to* ini dirancang untuk memberikan solusi atau membantu audiens mengatasi masalah tertentu, dengan cara yang sederhana dan mudah diimplementasikan. Dengan memberikan instruksi yang langsung dan mudah diikuti, @clozetteid mengedukasi pengikutnya sambil memperkenalkan produk atau tips yang berguna dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini tidak hanya memberi nilai tambah kepada audiens, tetapi juga membangun kredibilitas akun sebagai sumber informasi yang bermanfaat dan dapat dipercaya.

Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan *how-to* yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.25. Postingan tema pesan *How-to* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Pada postingan Instagram @clozetteid yang menanyakan preferensi gaya kepada pengikutnya, tema pesan *How-to* hadir dalam bentuk ajakan untuk memilih

dan memberikan opini mengenai dua gaya busana yang dipamerkan. Meskipun tidak secara eksplisit memberikan langkah-langkah atau tutorial, pesan ini dapat dianggap sebagai *How-to* karena mengajak audiens untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang menginspirasi mereka untuk menilai dan membandingkan pilihan, serta memberikan feedback. Ini mendorong audiens untuk berpikir tentang bagaimana mereka bisa mengaplikasikan gaya serupa dalam kehidupan mereka, sekaligus memperkenalkan produk dari dua brand yang terlibat, yaitu @kadakaofficial dan @aesthete.yourlife. Dengan cara ini, @clozetteid menciptakan interaksi dan keterlibatan, serta membangun hubungan dengan pengikut melalui saran gaya yang dapat diikuti oleh audiens.



Gambar 4.26. Postingan tema pesan *How-to* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *How-to* mencerminkan penyampaian tips praktis yang mudah diikuti oleh audiens. Dalam konten ini, @clozetteid memberikan panduan mengenai quick makeup yang bisa dilakukan dengan produk yang terjangkau, sehingga memberikan solusi bagi pengikut yang membutuhkan makeup cepat dan simpel, misalnya untuk persiapan bertemu gebetan secara mendadak. Meskipun tidak menyertakan langkah-langkah yang sangat terperinci, pendekatan ini mengedukasi audiens dengan cara yang menyenangkan dan relevan, memperkenalkan produk yang dapat diaplikasikan dalam situasi sehari-hari. Selain itu, ajakan Minette untuk menggunakan produk

dengan harga terjangkau juga memperlihatkan bahwa tips ini bisa diterapkan oleh banyak orang, memberikan solusi praktis tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi. Dengan cara ini, @clozetteid tidak hanya memberi nilai tambah melalui tips, tetapi juga membangun hubungan dengan pengikut yang mencari saran make-up praktis dan efisien.



Gambar 4.27. Postingan tema pesan How-to @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema How-to mencerminkan penyampaian tips atau trik praktis yang mudah diikuti oleh audiens, khususnya mengenai penggunaan blush dalam make-up. Dalam konten ini, Minette membagikan pengalaman pribadi menggunakan hacks blush yang memberikan hasil yang memuaskan, menjadikannya semakin "cutie." Meskipun tidak merinci langkah-langkahnya secara eksplisit, pesan ini mengajak audiens untuk mencoba trik tersebut, menciptakan rasa penasaran dan mendorong mereka untuk bereksperimen dengan produk yang sama. Dengan penggunaan hashtag seperti #hacksblush dan #makeup, @clozetteid memberikan instruksi tidak langsung yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sambil memperkenalkan teknik make-up yang praktis dan mudah diikuti. Pendekatan ini membangun hubungan yang lebih personal dengan audiens dan memberikan inspirasi untuk mencoba produk serta trik make-up yang sedang tren.

4.2.3.7. *Glitz and Glam*

Pada postingan Instagram @clozetteid yang mengusung tema *Glitz and Glam*, pesan yang disampaikan berfokus pada kemewahan dan keindahan, dengan menonjolkan elemen-elemen yang memancarkan kesan glamor. Dalam konteks ini, @clozetteid menampilkan produk atau gaya hidup yang elegan dan mewah, seperti aksesoris, pakaian, atau kosmetik yang memiliki desain mewah atau sparkling. Postingan tersebut dirancang untuk menarik perhatian audiens yang menghargai tampilan yang berkilau dan glamor, serta memberi inspirasi bagi mereka yang ingin merayakan momen-momen istimewa dengan penampilan yang memukau. Dengan menonjolkan elemen kemewahan, @clozetteid berhasil menyampaikan pesan yang mengundang audiens untuk merasakan kemewahan dalam kehidupan sehari-hari mereka, baik dalam bentuk produk atau gaya hidup.

- Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan *Glitz and Glam* yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.28. Postingan tema pesan *Glitz and Glam* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Pada postingan Instagram @clozetteid yang mengusung tema *Glitz and Glam*, pesan yang disampaikan berfokus pada kemewahan dan kemegahan, yang terlihat jelas dalam pembahasan tentang outfit mewah dan berani dari karakter-karakter dalam *Emily in Paris* musim ke-4. Dengan menyebutkan bahwa penampilan para karakter semakin menonjol, tidak hanya dari segi warna tetapi juga pola yang bold, @clozetteid mengajak audiens untuk menikmati gaya hidup glamor

dan penuh gaya. Postingan ini menyoroti elemen *glam* melalui kombinasi busana yang mencolok dan mewah, sekaligus memberikan informasi tentang desainer dan harga outfit tersebut. Ini menunjukkan bahwa *Glitz and Glam* dalam konteks ini tidak hanya soal pakaian yang menonjol, tetapi juga tentang kehidupan penuh gaya yang bisa dinikmati oleh para pengikut yang ingin meniru penampilan mewah dan elegan.



Gambar 4.29. Postingan tema pesan *Glitz and Glam* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *Glitz and Glam* mencerminkan pesan kemewahan dan kesan glamor, meskipun secara tidak langsung. Dalam konten ini, @clozetteid menyoroti acara Dove Hairfall Expert Center yang sebelumnya diadakan di Gandaria City, dengan memberikan pengalaman yang eksklusif, seperti konsultasi gratis dengan dermatologis dan layanan hair spa. Meskipun acara ini lebih fokus pada perawatan rambut, elemen glamor hadir melalui pengalaman premium yang ditawarkan, memberikan pengikut kesempatan untuk merasakan layanan eksklusif dan memperbaiki penampilan rambut mereka dengan rangkaian produk Dove. Dengan mengajak audiens untuk meminta event serupa di tempat lain, @clozetteid membangkitkan semangat untuk merayakan kecantikan dan perawatan diri, serta merasakan kemewahan dalam kehidupan sehari-hari mereka.



Gambar 4.30. Postingan tema pesan *Glitz and Glam* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

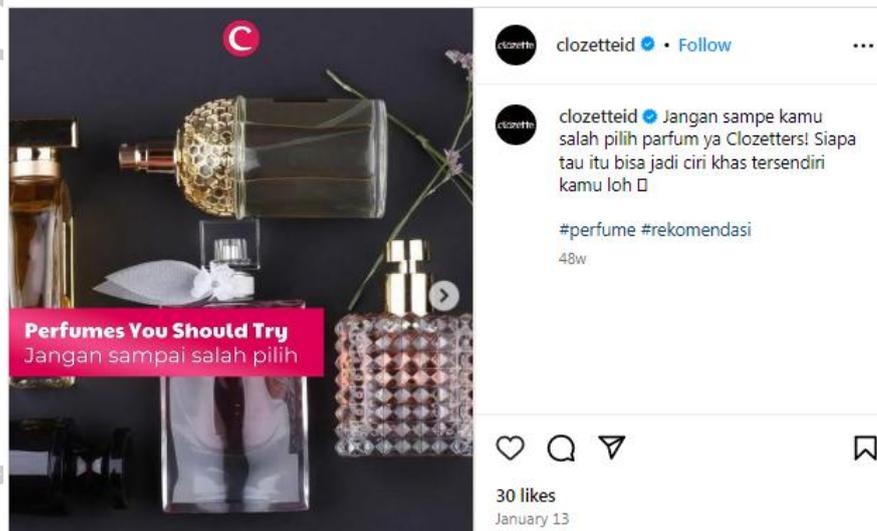
• Postingan Instagram @clozetteid dengan tema *Glitz and Glam* mencerminkan pesan kemewahan dan keindahan yang mencolok melalui kolaborasi antara Simon Rocha dan Crocs. Dalam konten ini, @clozetteid menyoroti koleksi klomper terbaru yang dihiasi dengan pearls, yang ditampilkan dalam parade Spring/Summer 2024 di London Fashion Week. Elemen glamor sangat kental terlihat pada desain yang feminin dan eye-catching, dengan perpaduan kemewahan dan gaya modern. Dengan memuji koleksi ini sebagai the prettiest Crocs ever, @clozetteid mengajak audiens untuk merayakan momen kemewahan dan fashion yang memukau, serta membangun antusiasme menjelang rilis produk tersebut. Tema *Glitz and Glam* hadir melalui pembahasan tentang keindahan desain, kemewahan aksesoris, dan eksklusivitas dari kolaborasi ini, yang menonjolkan kesan glamor dalam dunia fashion.

4.2.3.8. *Seasonal/Event-related*

Pada postingan Instagram @clozetteid yang mengusung tema *Seasonal/Event-related*, pesan yang disampaikan berkaitan dengan perayaan atau tren tertentu yang terjadi pada waktu tertentu, seperti Ramadan atau perayaan liburan lainnya. Dalam konteks ini, @clozetteid menginformasikan tentang koleksi

pakaian terbaru yang relevan dengan musim atau acara yang sedang berlangsung, seperti koleksi baju lebaran dari @vanillahijab yang dihadirkan untuk menyambut Ramadan. Dengan tema "Delarosa" yang mengangkat kekayaan flora Indonesia, postingan ini mengajak audiens untuk memanfaatkan momentum musim atau acara spesial untuk memperbarui gaya mereka, sekaligus memperkenalkan produk yang sesuai dengan kebutuhan saat itu. Tema ini relevan dengan audiens yang ingin menyesuaikan penampilan mereka dengan tren atau acara yang sedang berlangsung.

Berikut merupakan analisis isi untuk tema pesan Seasonal/Event-related yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.31. Postingan tema pesan Seasonal/Event-related @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Pada postingan Instagram @clozetteid yang mengusung tema Seasonal/Event-related, pesan yang disampaikan berfokus pada pemilihan parfum yang tepat, yang dapat menjadi ciri khas personal seseorang. Meskipun tidak secara langsung merujuk pada acara atau musim tertentu, postingan ini bisa dianggap relevan dengan musim atau tren tertentu seperti perayaan atau liburan yang sering kali memotivasi orang untuk memperbaharui pilihan produk kecantikan atau parfum mereka. Mengingat parfum sering kali menjadi bagian dari rutinitas perawatan diri yang disesuaikan dengan suasana hati atau acara khusus, pesan ini mendorong audiens untuk memilih parfum yang sesuai dengan kepribadian mereka.

Hal ini memberikan inspirasi bagi para pengikut untuk memilih parfum yang cocok untuk berbagai kesempatan, menjadikannya bagian dari identitas mereka, terutama saat memasuki musim atau acara tertentu yang membutuhkan kesan khusus.



Gambar 4.32. *Postingan tema pesan Seasonal/Event-related @clozetteid (Instagram/@clozetteid)*

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema Seasonal/Event-related mencerminkan pesan yang relevan dengan tren kecantikan dan perawatan diri yang dapat disesuaikan dengan musim atau acara tertentu. Meskipun tidak langsung terkait dengan perayaan atau liburan, tips yang diberikan untuk teknik blush on ini dapat dianggap sebagai respons terhadap keinginan audiens untuk tampil lebih segar atau sesuai dengan tren kecantikan terkini, seperti yang sering terjadi pada musim perayaan atau acara khusus. Dengan mengajak audiens untuk mengikuti teknik blush on agar wajah terlihat lebih terangkat, postingan ini memberikan inspirasi yang sesuai dengan tren kecantikan yang sering berkembang, memberikan audiens solusi untuk penampilan yang lebih sesuai dengan kebutuhan musim atau acara spesial.



Gambar 4.33. Postingan tema pesan Seasonal/Event-related @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Postingan Instagram @clozetteid dengan tema Seasonal/Event-related mencerminkan pesan yang relevan dengan tren kecantikan yang sedang berkembang, yaitu "clean beauty" dengan kandungan minimalis, yang sering kali lebih populer pada musim tertentu, seperti musim semi atau musim panas, di mana banyak orang lebih fokus pada perawatan kulit yang ringan dan alami. Dalam hal ini, produk dari @keevcareofficial dengan formula Botaniceutical Plus-10 mengajak audiens untuk mencoba berbagai produk perawatan kulit yang mengandung tanaman botanikal, sesuai dengan tren kecantikan yang mengutamakan bahan alami dan aman. Meskipun tidak secara langsung merujuk pada perayaan atau acara khusus, pesan ini memberikan informasi tentang perawatan kulit yang sesuai dengan kebutuhan saat ini, yaitu produk yang bisa memberikan efek menyegarkan dan memberi manfaat lebih, seperti anti-aging dan mencerahkan kulit, yang cocok digunakan sepanjang tahun, terutama saat musim perawatan kulit lebih intens.

4.2.4. Bentuk Pesan

Bentuk pesan Instagram pada @clozetteid mencerminkan ragam dan keberagaman konten yang disajikan oleh akun tersebut kepada pengikutnya. Dalam konteks @clozetteid, Instagram menjadi platform yang menghubungkan para

penggemar *fashion*, kecantikan, dan gaya hidup dengan tren terbaru, inspirasi, serta berbagai informasi menarik seputar industri tersebut. Akun ini tidak hanya menjadi sumber inspirasi untuk gaya pribadi, tetapi juga menyediakan pengetahuan mendalam tentang produk-produk kecantikan, tips mode, dan tren terkini.

Gambaran tentang apa yang dapat diharapkan oleh pengikut ketika mengikuti akun @clozetteid. Hal ini bisa meliputi variasi konten, mulai dari ulasan produk, tutorial makeup, hingga gaya sehari-hari dan inspirasi *fashion*. Dengan menyampaikan pesan yang menarik dan relevan, pendahuluan ini akan membantu membangun minat dan keterlibatan pengikut terhadap konten yang dibagikan oleh akun tersebut.

Tabel 4.5. Bentuk Pesan

Kategori	Indikator	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Bentuk Pesan	Video	Video dapat berupa klip pendek atau konten yang lebih panjang, dan sering digunakan untuk menyampaikan cerita, tutorial, atau promosi produk dengan lebih dinamis	51	38%
	Carousell	Pendekatan ini memanfaatkan kekuatan kedua media untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan beragam bagi audiens.	83	62%

Sumber: Olahan Peneliti



Data di atas menggambarkan bentuk pesan yang digunakan dalam kampanye pemasaran digital. Bentuk pesan "Video" mencatatkan 51 postingan (44%), yang sering digunakan untuk menyampaikan cerita, tutorial, atau promosi produk secara dinamis melalui klip pendek atau video yang lebih panjang. Video menawarkan pengalaman visual yang menarik, memungkinkan audiens untuk terhubung lebih mendalam dengan pesan yang disampaikan. Sementara itu, bentuk pesan "Carousell" mencatatkan 83 postingan (71,6%), yang memanfaatkan format galeri gambar atau slide untuk menciptakan pengalaman yang lebih beragam dan interaktif bagi audiens. Pendekatan ini memungkinkan merek untuk menampilkan berbagai produk atau informasi dalam satu postingan, yang memberi audiens kebebasan untuk menggulir dan memilih konten yang paling menarik bagi mereka. Kombinasi kedua bentuk pesan ini menunjukkan strategi yang seimbang antara pendekatan visual dinamis (video) dan interaktif (*carousell*), menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi pengguna.

4.2.4.1. Video

Konten video di akun Instagram @clozetteid sering kali disajikan dengan cara yang informatif, menyampaikan fakta atau data terkait produk kecantikan dan gaya hidup. Misalnya, dalam video yang memperkenalkan produk terbaru atau tips kecantikan, @clozetteid memberikan informasi yang jelas tentang bahan-bahan yang digunakan dalam produk tersebut, manfaat yang dapat diperoleh, serta cara penggunaannya. Video juga memungkinkan untuk menjelaskan keunggulan produk dengan cara yang lebih mendalam dan menarik, memberikan visual yang memperkaya pemahaman audiens. Konten video ini membantu audiens untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap, mulai dari deskripsi produk, keunggulannya, hingga cara pemakaian yang tepat, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi saat memilih produk kecantikan. Dengan demikian, video di Instagram @clozetteid tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens melalui penyajian yang menarik dan edukatif.

Berikut merupakan analisis isi untuk bentuk pesan video yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.34. Postingan bentuk pesan video @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Bentuk pesan video pada postingan Instagram @clozetteid ini bersifat interaktif dan persuasif. Dalam video ini, akun @clozetteid mengajak audiens untuk berbagi pengalaman mereka mengenai keberhasilan atau kegagalan dalam mencoba tips atau hacks tertentu, khususnya terkait dengan cara melepas softlens. Dengan menggunakan kalimat seperti "Please komen biar Minette nggak ovt ngerasa satu-satunya yang nggak berhasil", postingan ini mendorong audiens untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi dan berbagi pengalaman mereka di kolom komentar.

Alasan mengapa video ini dikategorikan sebagai konten video adalah karena ia tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong audiens untuk merasa terhubung dan menjadi bagian dari komunitas yang saling mendukung. Dengan meminta komentar dari pengikut, @clozetteid menciptakan rasa kebersamaan dan mengurangi rasa isolasi audiens, sehingga mereka merasa lebih nyaman dalam berbagi pengalaman pribadi mereka. Konten ini memanfaatkan pendekatan yang memicu keterlibatan audiens, yang merupakan karakteristik utama dari bentuk pesan persuasif di media sosial.



Gambar 4.35. Postingan bentuk pesan video @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Bentuk pesan video pada postingan Instagram @clozetteid ini bersifat informatif dan persuasif. Dalam video ini, @clozetteid menampilkan produk @elshekin yang dapat meredakan kemerahan pada kulit dalam waktu singkat, serta menunjukkan hasil yang didapatkan setelah penggunaan. Dengan memberikan testimoni pribadi tentang bagaimana kulitnya menjadi lebih tenang dan lembab setelah menggunakan produk tersebut, akun ini mengajak audiens untuk mencoba produk yang sama dan merasakan manfaatnya. Pesan dalam video ini bersifat persuasif karena mendorong audiens untuk mencoba produk dengan menekankan hasil yang cepat dan efektif, serta membangun rasa ingin tahu tentang pengalaman orang lain dengan produk tersebut. Selain itu, dengan mencantumkan hashtag dan tag produk, video ini berfungsi sebagai rekomendasi yang tidak hanya mengedukasi tetapi juga menginspirasi audiens untuk mempercayai dan menggunakan produk yang telah dibuktikan efektif oleh akun @clozetteid.



Gambar 4.36. Postingan bentuk pesan video @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Bentuk pesan video pada postingan Instagram @clozetteid ini bersifat ringan, humoris, dan persuasif. Dalam video ini, @clozetteid memberikan tips atau hacks tentang cara tampil kece meskipun memakai baju santai, dengan tambahan humor bahwa penampilan tersebut bisa saja menarik perhatian di tempat yang tak terduga, seperti mini market. Pesan ini dirancang untuk menghibur audiens sambil memberikan rekomendasi gaya yang simpel namun tetap stylish. Pendekatan humoris yang digunakan bertujuan untuk menarik perhatian audiens, membuat mereka merasa lebih santai dan terhibur, serta mendorong mereka untuk mencoba tips tersebut. Video ini bersifat persuasif karena mengajak audiens untuk menyimpan (*save for later*) tips tersebut, dengan harapan mereka akan mempraktikkannya di lain waktu. Dengan menyelipkan elemen humor, video ini berusaha membangun hubungan yang lebih akrab dan menyenangkan dengan audiens, sekaligus memberikan informasi tentang produk atau gaya yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

4.2.4.2. Carousell

Bentuk pesan *carousell* pada Instagram @clozetteid digunakan untuk menyampaikan informasi secara terstruktur dan mendalam melalui serangkaian gambar atau slide yang dapat digeser. Dalam postingan ini, setiap slide berfungsi untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai produk atau tips yang

ditawarkan, sehingga audiens dapat memperoleh informasi secara bertahap. Misalnya, jika @clozetteid memposting tentang produk kecantikan, setiap slide dapat mencakup informasi mengenai bahan utama, cara penggunaan, manfaat produk, serta testimoni atau hasil yang dapat diharapkan. Pendekatan ini efektif karena memberikan audiens kesempatan untuk mencerna informasi dengan lebih mudah dan terorganisir. Dengan menggunakan format *carousel*, @clozetteid mampu memberikan pesan yang lebih informatif dan menarik, menjaga audiens tetap terlibat sepanjang serangkaian konten, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan mudah dipahami dan relevan bagi kebutuhan mereka.

Berikut merupakan analisis isi untuk bentuk pesan video *carousell* yang peneliti sajikan untuk menjadi unit analisis pada penelitian ini:



Gambar 4.37. Postingan bentuk pesan *carousell* @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Bentuk pesan *carousel* pada postingan Instagram @clozetteid mengenai kolaborasi Shu Uemura dan seniman neo-pop Hiro Ando digunakan untuk

menyajikan informasi tentang koleksi makeup terbaru secara terperinci. Setiap slide dalam *carousel* memuat informasi mengenai berbagai produk dalam koleksi ini, seperti eye palette dengan berbagai finish, lipstik glossy dan matte, serta produk lainnya seperti eyeliner dan loose powder. Penggunaan format *carousel* memungkinkan @clozetteid untuk menggambarkan setiap produk secara visual dengan gambar menarik yang menunjukkan detail dan keunikan dari produk tersebut, serta menjelaskan fitur-fitur seperti warna, bahan, dan inspirasi di balik desainnya.

Pendekatan ini efektif karena memberikan audiens kesempatan untuk melihat dan memahami berbagai produk dalam satu postingan yang terorganisir, tanpa harus berganti-ganti slide atau membuka postingan berbeda. Dengan cara ini, @clozetteid berhasil menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, memungkinkan audiens untuk lebih tertarik dan terlibat dengan konten, serta memudahkan mereka untuk memilih produk yang sesuai dengan minat mereka.



Gambar 4.38. Postingan bentuk pesan carousel @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Bentuk pesan *carousel* pada postingan Instagram @clozetteid ini bersifat informatif dan interaktif. Dalam postingan ini, @clozetteid menggunakan format carousel untuk memberikan rekomendasi parfum yang dapat meningkatkan suasana hati di awal tahun 2024. Setiap slide dalam carousel kemungkinan menampilkan

berbagai parfum lokal yang direkomendasikan oleh Clozette Crew, dengan penjelasan mengenai karakteristik parfum, aroma yang ditawarkan, dan manfaat yang dapat diperoleh dari masing-masing produk. Pendekatan ini efektif karena memungkinkan audiens untuk melihat dan memahami berbagai pilihan parfum dalam satu postingan yang terstruktur dan mudah dipahami. Selain itu, dengan mengajak audiens untuk berbagi pendapat mereka melalui kalimat seperti "Ada yang jadi favoritmu juga nggak, Clozeters?", @clozetteid menciptakan interaksi yang lebih personal dan mendorong keterlibatan audiens dalam diskusi. Format carousel ini tidak hanya menyampaikan informasi secara rinci dan terorganisir, tetapi juga menjaga audiens tetap tertarik dan terlibat sepanjang slide, membuat mereka lebih mudah memilih produk yang sesuai dengan preferensi mereka.



Gambar 4.39. Postingan bentuk pesan carousel @clozetteid (Instagram/@clozetteid)

Bentuk pesan *carousel* pada postingan Instagram @clozetteid ini bersifat inspiratif dan edukatif. Dalam postingan ini, @clozetteid menggunakan format carousel untuk menampilkan inspirasi outfit yang dikenakan oleh artis dalam film "Monster." Setiap slide dalam carousel kemungkinan menunjukkan berbagai pilihan outfit yang mencerminkan gaya artis tersebut, memberikan audiens ide-ide fashion yang dapat mereka tiru dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini efektif karena mengajak audiens untuk mengeksplorasi berbagai pilihan outfit secara visual dan mendalam, sekaligus memberikan penjelasan tentang bagaimana gaya

tersebut bisa diterapkan dalam konteks fashion mereka. Dengan menggabungkan visual yang menarik dan informasi yang relevan, @clozetteid tidak hanya menginspirasi audiens dalam hal fashion, tetapi juga memberikan nilai tambah dengan menghubungkan outfit dengan film yang populer. Format carousel memungkinkan audiens untuk melihat berbagai ide outfit dalam satu postingan yang terstruktur, membuat konten ini lebih mudah dipahami dan mengundang audiens untuk terlibat dalam percakapan seputar fashion dan film.



