

ABSTRAK

Pengemasan Pesan Komunikasi Pemasaran pada Media Instagram mengenai Konten *Beauty* Dan *Lifestyle* (Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @clozetteid Periode Maret 2023 – Oktober 2024)

Cindy Marcella ¹⁾, Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.²⁾, Slamet Budiharjo, S.I.Kom., M.A.³⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

³⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Komunikasi pemasaran pada media Instagram merupakan penggunaan teknologi digital, platform online, dan media elektronik untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada audiens target. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tema pesan, sifat pesan dan bentuk pesan komunikasi pemasaran pada media Instagram mengenai konten *beauty* dan *style* di akun Instagram @clozetteid periode Maret 2023- Oktober 2024. Metode penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan konstruktivisme paradigma. Unit analisis penelitian adalah konten komunikasi pemasaran pada media Instagram yakni konten yang memiliki pesan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek pada akun Instagram @clozetteid mengenai *beauty* dan *lifestyle* pada periode Maret 2023-Oktober 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat pesan yang terbanyak muncul pada konten *beauty & lifestyle* akun Instagram Clozette adalah pesan persuasif sejumlah 69 konten (51%). Hal ini menunjukkan konten ditujukan untuk mendorong pembelian melalui *call-to-action*, dan informatif untuk edukasi produk, penggunaannya, serta manfaatnya. Kemudian pada indikator kedua, pesan yang disampaikan pada tema pesan terbanyak muncul pada konten *beauty & lifestyle* akun Instagram Clozette adalah tema *Aspiration and Beliefs* sejumlah 28 konten (21%). Konten tersebut ditujukan untuk memberikan motivasi seperti cita-cita dan keyakinan yang dimiliki oleh audiens. Pesan yang disampaikan menggugah aspirasi dengan pesan yang positif atau dorongan untuk mencapai tujuan yang lebih besar. Terakhir ada pada indikator ketiga, pesan yang disampaikan pada bentuk pesan terbanyak muncul pada konten *beauty & lifestyle* akun Instagram Clozette adalah bentuk *Carousel* sejumlah 83 konten (62%). Konten dengan bentuk ini ditujukan untuk menciptakan konten yang menarik dan menyampaikan informasi terstruktur kepada audiens.

Kata kunci: Komunikasi, Pemasaran Digital, *Beauty*, *Lifestyle*, Instagram.

Pustaka : 46

Tahun Publikasi : 2014 – 2024