

## ABSTRAK

### **Pengemasan Konten Promosi Perawatan Rambut Pada Akun Instagram Ellips (Analisis Isi Kuantitatif Konten Promosi Perawatan Rambut pada Akun Instagram @ellips\_haircare Periode Juli 2023 - Desember 2024)**

Nabila Asy Syakira <sup>1)</sup>, Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Akun Instagram @ellips\_haircare digunakan oleh merek perawatan rambut Ellips sebagai media komunikasi dengan audiens melalui pengemasan konten yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengemasan konten promosi perawatan rambut yang dilakukan oleh Ellips pada akun Instagram mereka selama periode Juli 2023 hingga Desember 2024. Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif, dengan pengujian reliabilitas data menggunakan rumus Holsti, serta melibatkan dua orang coder. Sebanyak 195 unggahan yang relevan dianalisis untuk mengevaluasi empat aspek utama, yaitu: elemen bauran promosi (*Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling, Direct Marketing*), gaya pesan (*Soft Selling, Hard Selling*), jenis konten (*Entertain, Educate, Inspire, Convince*), dan bentuk konten (*Single Image, Carousel, Video/Reels*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen bauran promosi yang paling dominan adalah *Personal Selling* (37%) dan *Public Relations* (33%), sementara *Direct Marketing* (7%) merupakan elemen yang paling sedikit digunakan. Dalam hal gaya pesan, *Soft Selling* (77%) mendominasi dibandingkan *Hard Selling* (23%). Jenis konten yang paling banyak digunakan adalah *Educate* (35%), diikuti oleh *Entertain* (34%), sementara *Inspire* (17%) dan *Convince* (14%) digunakan lebih sedikit. Adapun bentuk konten yang paling sering digunakan adalah *Single Image* (38%), disusul oleh *Video/Reels* (32%) dan *Carousel* (30%). Penelitian ini mengungkapkan bahwa @ellips\_haircare lebih mengutamakan konten yang membangun kedekatan emosional dengan audiens, memberikan edukasi tentang produk, serta mendorong audiens untuk melakukan pembelian atau berpartisipasi dalam promosi yang ditawarkan.

**Kata kunci:** Ellips, Instagram, Bauran *Promosi Mix*, Pengemasan Konten, Analisis Isi Kuantitatif.

Pustaka : 42

Tahun Publikasi : 2015 - 2025