

**ANALISIS CONTENT MARKETING MELALUI SOCIAL  
MEDIA INSTAGRAM @VASELINEID DALAM MENINGKATKAN  
BRAND ENGAGEMENT DAN SELF-ESTEEM PADA ALBINISME**

**(Studi Kasus Albino Project #LampauMatahari 2024)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu  
Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas  
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



**HAURA SAVITRI JATAYUSATI**

**1211003107**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya menyatakan dengan benar.

Nama : Haura Savitri Jatayusati

NIM : 1211003107

Tanda Tangan :



Tanggal : 3 Februari 2025

### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Haura Savitri Jatayusati  
NIM : 1211003107  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis *Content Marketing* Melalui *Social Media* Instagram @vaselineid Dalam Meningkatkan *Brand Engagement* dan *Self-Esteem* Pada Albinisme (Kasus Albino Project #LampauMatahari 2024)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie,

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.SM, Ph. D.

Penguji I : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr,

Penguji II : Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si.

(.....)

(.....)

(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Februari 2025

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie dengan judul **ANALISIS CONTENT MARKETING MELALUI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @VASELINEID DALAM MENINGKATKAN BRAND ENGAGEMENT DAN SELF-ESTEEM PADA ALBINISME (Studi Kasus #LampauMatahari 2024)** ini dengan baik.. Penulis tidak bisa menyelesaikan tugas akhir ini tanpa bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Tugas akhir ini dapat terselesaikan atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

### **1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Puji syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunianya. Di mana pada awalnya penulis mendapatkan tempat praktek magang yang sesuai dengan harapan dari penulis, yaitu Unilever (Unilever Studio). Dengan melalui beberapa tahapan seleksi hingga akhirnya penulis bisa lulus dalam seleksi tersebut dan diberikan kesempatan untuk magang di salah satu perusahaan FMCG di Indonesia selama 6 bulan sehingga hal tersebutlah yang membuat penulis memilih topik penelitian tugas akhir ini dan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Segala puji bagi-Mu Tuhan Semesta Alam.

### **2. Papa, Mama, Kak Hana, Kak Farah, Zahra, dan Ghifari**

Terima kasih kepada Papa dan Mama tersayang yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih selalu ada disaat penulis merasa lelah, Papa dan Mama selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis agar bisa segera menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih kepada kakak-kakak dan adik-adik penulis yang selalu membantu penulis jika ada kesulitan. Canda tawa mereka menjadi penyemangat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan meskipun sedang berjuang di tanah rantau dan jauh dari keluarga.

**3. Dra. Suharyanti, M.SM, Ph. D.**

Selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah berkontribusi besar dalam meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian kepada penulis untuk senantiasa memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada beliau selaku pembimbing skripsi yang selalu bersedia membimbing penulis dengan sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih Guruku, engkau pahlawan tanpa tanda jasa.

**4. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terimakasih kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan wawasan serta mengajarkan penulis dengan ikhlas, semangat, dan sabar. Terimakasih kepada Ibu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Ibu Mirana Hanathasia, Miss Dessy Kania, Miss Octaviniant Aspary, Miss Adek Risma Dedes, Miss Dianingtyas Putri dan seluruh dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah

memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat dan dukungan selama perkuliahan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan masa perkuliahan selama 3,5 tahun ini dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih guru-guruku, jasmu takkan ku lupa.

**5. Tim Social Media Vaseline (Unilever Studio)**

Ferdiora Gaska dan Thessalonika Noviana adalah *Social Media Lead* dan *Social Media Manager* Unilever Studio. Dinda Carenina, *Social Media Executive* Vaseline. Terima kasih kepada Kak Dio, Kak Thessa, Kak Dinda, Kak Vira, Kathy, Kak Fabio yang telah memberikan penulis kesempatan dan kepercayaan penulis untuk bergabung di divisi Social Beauty Crew dan mengajarkan insight baru serta membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Selanjutnya adalah Michelle Octaviana, Ilona Cintya, Florencia Rachel rekan kerja satu divisi penulis yang selalu memberikan semangat bagi penulis menyelesaikan tugas akhir di tengah kesibukan pekerjaan.

**6. Sahabat dekat penulis**

Luthfia Lathifah Rahman, Aura Syalsa Nabila, Azasyifa Adriyani, Audy Ananda Putri, Divi Reiza Hutayanana, BPI Kadep BEM UBakrie 2024/2024, rekan BEM UBakrie periode 2023/2024. Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat, mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu bersedia bertukar cerita dan pikiran ketika menemukan kendala sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

**7. Teman-Teman Ilmu Komunikasi 2021**

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama kuliah online hingga saat ini menjadi mahasiswa akhir, terimakasih selalu memberikan keceriaan selama

di perkuliahan sehingga penulis bisa menjalani perkuliahan dengan baik dan menyelesaikan Tugas Akhir ini. Bismillah wisuda bareng Komunal 21!

8. Semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas dukungannya untuk selalu memberikan doa dan bantuannya kepada penulis selama menjalankan penelitian ini.

Demikian ungkapan terimakasih penulis kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara moril dan materil. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas kebaikan seluruh pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca, universitas, dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 3 Februari 2025



Haura Savitri Jatayusati

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haura Savitri Jatayusati  
NIM : 1211003107  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis *Content Marketing* Melalui *Social Media* Instagram @vaselineid Dalam Meningkatkan *Brand Engagement* dan *Self-Esteem* Pada Albinisme (Studi Kasus Albino Project #LampauMatahari 2024)”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Februari 2025

Yang menyatakan



(Haura Savitri Jatayusati)



**ANALISIS CONTENT MARKETING MELALUI SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM @VASELINEID DALAM MENINGKATKAN BRAND  
ENGAGEMENT DAN SELF-ESTEEM PADA ALBINISME  
(Kasus Albino Project #LampauIMatahari2024)**

Haura Savitri Jatayusati

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan tentang implementasi strategi *social media Social Purpose* melalui *Social Purpose Branding* aktivasi kampanye #LampauIMatahari dalam meningkatkan *brand engagement* dan *self-esteem* pada albinisme melalui Instagram @vaselineid. Tujuan penelitian ini adalah memberikan masukan dan ide serta memaparkan bagaimana strategi *content marketing* yang dilakukan oleh Vaseline dalam meningkatkan *brand engagement* dan bagaimana kaitannya dengan *self-esteem* pada albinisme saat Vaseline menjalankan kampanye #LampauIMatahari 2024. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara mendalam kepada informan dan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber yang bisa mendukung penelitian, seperti studi pustaka, dan observasi langsung. Empat orang informan pada penelitian ini adalah pihak internal Vaseline yang berpartisipasi langsung dalam pelaksanaan kampanye #LampauIMatahari dan individu dengan kondisi kulit albinisme. Dua orang informan sebagai triangulator untuk mengkaji penelitian ini adalah praktisi *branding* dan *dermatologist*. Berdasarkan analisis penelitian ini menemukan bahwa kampanye #LampauIMatahari 2024 merupakan *purposeful campaign* yang berorientasi kepada dampak sosial yang diberikan oleh Vaseline dan mengundang sisi emosional audiens serta adanya proses membangun kepercayaan diri bagi albinisme melalui *social media* Instagram @vaselineid berupa penyajian konten sesuai kebutuhan segmentasi audiens dan tipe variabel *brand engagement* serta aspek *self-esteem* pada albinisme.

**Kata Kunci:** *Social Purpose, Social Purpose Branding, Social Media, Instagram, Brand engagement, Vaseline*

**ANALISIS CONTENT MARKETING MELALUI SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM @VASELINEID DALAM MENINGKATKAN BRAND  
ENGAGEMENT DAN SELF-ESTEEM PADA ALBINISME  
(Kasus Albino Project #LampauMatahari2024)**

Haura Savitri Jatayusati

---

**ABSTRAK**

*This study examines the implementation of the social media strategy Social Purpose through Social Purpose Branding in the activation of the #LampauMatahari campaign to enhance brand engagement and self-esteem in individuals with albinism via Instagram @vaselineid. The purpose of this research is to provide insights and ideas while illustrating how Vaseline's content marketing strategy increases brand engagement and its correlation with self-esteem in individuals with albinism during the execution of the #LampauMatahari 2024 campaign. This study employs a qualitative research method with a case study approach. The data sources used in this research include primary data obtained through in-depth interviews with informants and secondary data collected from supporting sources such as literature reviews and direct observations. The four key informants in this study consist of Vaseline's internal team members who were directly involved in executing the #LampauMatahari campaign and individuals with albinism. Additionally, two triangulator informants—one branding practitioner and one dermatologist—were included to assess the study. Based on the analysis, this study finds that the #LampauMatahari 2024 campaign is a purposeful campaign oriented toward the social impact created by Vaseline. The campaign has a positive impact, evoking the emotional side of the audience while fostering a process of building self-confidence for individuals with albinism through Instagram @vaselineid. This is achieved by delivering content tailored to audience segmentation needs, aligning with the brand engagement variables and self-esteem aspects of individuals with albinism.*

**Keyword:** *Social Purpose, Social Purpose Branding, Social Media, Instagram, Brand engagement, Vaseline*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Berdasarkan Kerangka Pemikiran .....	10
2.1.1 <i>Social Purpose</i> .....	10
2.1.1.2 <i>Social Purpose Driven Theory</i> .....	11
2.1.2 <i>Social Marketing</i> .....	11
2.1.3 <i>Content Marketing</i> .....	13
2.1.4 <i>Social Media</i> .....	16
2.1.5 Instagram.....	19
2.1.6 <i>Brand Engagement</i> .....	21
2.1.7 <i>Self-Esteem</i> .....	23
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>46</b>
3.1 Metode Penelitian .....	46
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	47
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.3.1 Sumber Data .....	48
3.3.1.1 Sumber Data Primer .....	48
3.3.1.2 Sumber Data Sekunder .....	49
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	51
3.5 Teknik Analisis Data .....	63
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>68</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	68
4.1.1 Profil Vaseline .....	69

4.1.1 Kampanye #LampauMatahari.....	73
4.1.3 <i>Social Media</i> Instagram @vaselineid .....	74
4.2 Subjek Penelitian .....	76
4.2.1 Internal Tim Vaseline.....	76
4.2.2 Individu dengan genetik Albinisme .....	77
4.2.3 Praktisi <i>branding</i> .....	78
4.2.4 Dermatologist.....	79
4.3 Hasil Penelitian .....	80
4.3.1 <i>Social Purpose Branding</i> .....	80
4.3.2 Market Selection .....	82
4.3.3 Publication .....	83
4.3.4 <i>Branding</i> Vaseline.....	84
4.3.5 Bentuk Kepedulian Merek .....	85
4.3.6 <i>Content Marketing</i> @vaselineid pada kampanye #LampauMatahari.....	86
4.3.7 <i>Followers Social Media</i> Instagram .....	90
4.3.8 Respon.....	91
4.4 Pembahasan.....	92
4.4.1 <i>Social Purpose Campaign</i> #LampauMatahari .....	93
4.4.2 <i>Content Marketing</i> di <i>Social Media</i> Instagram @vaselineid .....	93
4.4.3 Kesesuaian <i>Content Marketing</i> kampanye #LampauMatahari dengan Target Pasar Vaseline .....	97
4.4.4 Keunikan kampanye #LampauMatahari oleh Vaseline.....	97
4.4.5 Tipe Variabel <i>Brand Engagement</i> .....	99
4.4.6 Tipe Variabel <i>Sels-Esteem</i> .....	109
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>114</b>
a. Kesimpulan .....	114
b. Saran .....	117
i. Saran Teoritis .....	117
ii. Saran Praktis .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar 1.1 Kondisi kulit ideal menurut survei .....	1
Gambar 1.2 Total Jumlah Pengguna Aktif Instagram 10 Besar (Mei 2023) .....	2
Gambar 1.3 Konten pada Instagram Vaseline mengenai kampanye <i>Albino Project</i> #LampauIMatahari 2024 dengan konsep pertama kalinya Gaby sebagai albino berlari langsung di bawah sinar matahari .....	6
Gambar 1.4 Konten kampanye #LampauIMatahari.....	7
Gambar 4.1 Logo Vaseline .....	72
Gambar 4.2 Tampilan Akun <i>Social Media</i> Instagram @vaselineid .....	75
Gambar 4.3 Salah satu contoh postingan pada akun Instagram Vaseline dengan konten <i>tap into hijacking trend</i> “Tenyata kakak-kakak yang kerjanya naik MRT itu adalah aku .....	76
Gambar 4.4 Salah satu contoh postingan pada akun Instagram Vaseline dengan konten yang membahas proteksi kulit dari sinar UV dan polusi saat bepergian .....	76
Gambar 4.5 Thessalonika Noviana (Thessa) <i>Social Media Manager</i> .....	77
Gambar 4.6 Dinda Carenina (Dinda) <i>Senior Social Media Executive</i> .....	78
Gambar 4.7 Gabby Pandeiroth (Albinisme) .....	79
Gambar 4.8 Anindhita Asmaranin (Albinisme) .....	79
Gambar 4.9 Adek Risma Dedeas, S.S., M.A., M.A .....	80
Gambar 4.10 Dr. Anesia Tania, Sp.KK (Dermatologist) .....	81
Gambar 4.11 Visi Vaseline Kesehatan Kulit Untuk Semua .....	82
Gambar 4.12 Konten <i>Gaby First Time Experience</i> .....	88
Gambar 4.13 Konten perjalanan #LampauIMatahari membantu masyarakat sembuh dari masalah kulit .....	89
Gambar 4.14 Konten Gaby ikut berpartisipasi dalam program Vaseline Healing Project	89
Gambar 4.15 Konten #TanyaDerma bersama Dermatologist.....	90
Gambar 4.16 Gaby Pandeiroth menjadi host dalam segmen #TanyaDerma .....	90

Gambar 4.17 Konten kampanye # LampauMatahari 2024 pada Instagram @vaselineid memperkenalkan Gaby Pandeiroth sebagai *brand ambassador* Vaseline .....94

Gambar 4.18 Konten #TanyaDerma kolaborasi dengan Dermatologist .....102

Gambar 4.19 Konten kolaborasi dengan Ini Si Kibo .....103

Gambar 4.20 Olahan penulis terkait variabel *brand engagement* ..... 111