

**PENERAPAN KONSEP KONTEN PILLAR TERHADAP  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHALINI  
SEBAGAI PENYANYI MUDA**

**SKRIPSI**

Oleh:

**TESALONIKA MANALU  
2271650105**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2026**

**PENERAPAN KONSEP KONTEN PILLAR TERHADAP  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHALINI  
SEBAGAI PENYANYI MUDA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Ikom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

**TESALONIKA MANALU  
2271650105**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2026**



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang – Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021) - 8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884  
Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

---

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tesalonika Manalu

NIM : 2271650105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“PENERAPAN KONSEP KONTEN PILLAR TERHADAP MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHALINI SEBAGAI PENYANYI MUDA”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 24 Juni 2026





**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang – Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021) - 8092425, 8009190, Psw. 3461, Faks (021) 80886884  
Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR  
PENERAPAN KONSEP KONTEN PILLAR TERHADAP MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM MAHALINI SEBAGAI PENYANYI MUDA**

Oleh:

Nama : Tesalonika Manalu  
No. Induk Mahasiswa : 2271650105  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 24 Juni 2026

Menyetujui,  
Pembimbing

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.)  
NIDN: 0310025801

Mengetahui,

Kaprodi Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)  
NIDN : 0306108902

Dekan



(Dr. Verdinand Robertus, M.Soc.Sc.)  
NIDN: 314038602



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

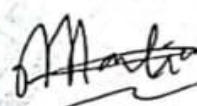
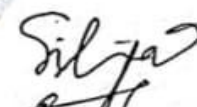
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang – Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021) - 8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884  
Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada 17 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Tesalonika Manalu  
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650105  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu sosial dan Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"PENERAPAN KONSEP KONTEN PILLAR TERHADAP MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHALINI SEBAGAI PENYANYI MUDA "** oleh tim penguji yang terdiri dari:

| Nama Penguji                                       | Jabatan dalam Tim Penguji | Tanda Tangan                                                                          |
|----------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Marshelia Gloria Narida, S.S.,<br>M.A.          | Sebagai Ketua             |  |
| 2. Silvia Nevane Paramasari,<br>S.I.Kom., M.I.Kom. | Sebagai Anggota           |  |
| 3. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H.,<br>M.Si.      | Sebagai Anggota           |  |

Jakarta, 24 Juni 2026



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang – Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021) - 8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884  
Email: [sisipol@uki.ac.id](mailto:sisipol@uki.ac.id), Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

---

**PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tesalonika Manalu  
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650105  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul : **PENERAPAN KONSEP KONTEN PILLAR TERHADAP MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHALINI SEBAGAI PENYANYI MUDA**

Telah menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non Eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademik yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 24 Juni 2026

Yang  
menyatakan.

Tesalonika Manalu

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Penerapan konsep konten pillar terhadap media sosial instagram mahalini sebagai penyanyi muda" ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari tantangan dan hambatan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materi, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Pertama teruntuk, Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, saran, serta motivasi yang sangat berharga bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Kedua kepada, Orang tua tercinta Sandora Risma Hot Batubara dan Tommiser Manalu, yang senantiasa menjadi pilar kekuatan utama bagi penulis. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tiada tara serta dukungan moril maupun finansial yang selalu menyertai setiap langkah penulis.

Ketiga, Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji Seminar Proposal dan Seminar Hasil yang telah memberikan koreksi, masukan konstruktif, dan arahan demi kesempurnaan serta ketajaman analisis dalam skripsi ini.

Keempat, Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan akademis kepada penulis dari awal masa perkuliahan hingga

Kelima, untuk para informan peneliti yang telah waktu dan memberikan informasi serta data yang sangat penting dan dibutuhkan dalam penelitian ini.

Keenam untuk, kakak tercinta Ega Donita Feberyanti Manalu, yang selalu memberikan semangat, doa, hiburan, dan dukungan dalam setiap proses yang penulis lalui selama masa perkuliahan.

Ketujuh, Anju Denico Frans Tamba selaku kekasih tercinta, yang selalu setia menemani, memberikan dukungan emosional, mendengarkan keluhan, serta memberikan motivasi dan perhatian yang luar biasa selama penulis berjuang menyelesaikan skripsi ini.

Kedelapan, semua pihak, sahabat, dan teman-teman seperjuangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIPOL UKI yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, solidaritas, dan bantuan yang telah diberikan selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi penulisan maupun materi yang disajikan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian media sosial dan personal branding.

Jakarta, 24 Juni  
2026 Penyusun,



Tesalonika Manalu

## DAFTAR ISI

|                                                              |        |
|--------------------------------------------------------------|--------|
| LAMPIRAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....                   | ii     |
| LAMPIRAN LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBING.....               | iii    |
| LAMPIRAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....           | iv     |
| LAMPIRAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....          | v      |
| KATA PENGANTAR .....                                         | vi     |
| DAFTAR ISI .....                                             | viii   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                           | x      |
| DAFTAR TABEL .....                                           | xi     |
| ABSTRAK.....                                                 | xii    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                        | xiii   |
| <br>BAB I PENDAHULUAN.....                                   | <br>1  |
| 1.1 Latar Belakang.....                                      | 1      |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                  | 13     |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                   | 13     |
| 1.5 Kerangka Pemikiran Konsep tua .....                      | 17     |
| 1.6 Metodologi Penelitian.....                               | 24     |
| <br>BAB II DESKRIPSI UMUM PENELITIAN .....                   | <br>27 |
| 2.1 Aspek Sejarah .....                                      | 27     |
| 2.1 Karier & Perjalanan Musik.....                           | 29     |
| 2.2 Akun Media Sosial & Kehadiran Digital.....               | 29     |
| 2.3 Konten Mahalini di Media Sosial & Aktivitas Digital..... | 30     |
| 2.4 Contoh Interaksi Publik dan Respons Audiens.....         | 34     |
| 2.5 Signifikansi bagi Penelitian.....                        | 34     |
| 2.6 Aspek Sosial.....                                        | 35     |
| 2.3 Aspek Ekonomi .....                                      | 35     |
| 2.5 Latar Budaya.....                                        | 36     |
| <br>BAB III TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....           | <br>42 |
| 3.1 Temuan Penelitian .....                                  | 42     |
| 3.1.2 Temuan Pilar Konten Edukatif.....                      | 42     |
| 3.1.3 Temuan Pilar Konten Inspiratif .....                   | 46     |
| 3.1.4 Temuan Pilar Konten Hiburan, Entertaint .....          | 50     |

|                                                                                               |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 3.1.5 Temuan Pilar Konten Promosi .....                                                       | 54     |
| 3.2 Pembahasan.....                                                                           | 55     |
| 3.2.2 Instagram sebagai Media Pembentukan Popularitas Penyanyi Muda...                        | 56     |
| 3.2.3. Kesimpulan Representasi Personal Branding melalui Integrasi Empat<br>Pilar Konten..... | 56     |
| <br>BAB IV PENUTUP .....                                                                      | <br>58 |
| 4.1 Kesimpulan.....                                                                           | 58     |
| 4.2 Saran .....                                                                               | 59     |
| <br>DAFTAR PUSTAKA.....                                                                       | <br>61 |
| LAMPIRAN .....                                                                                | 66     |
| Lampiran 1 Transkrip Wawancara Transkrip Wawancara Informan Tim <i>Creative</i>               | 66     |
| Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara .....                                                        | 138    |
| Lampiran 3 Hasil coding.....                                                                  | 140    |
| DAFTAR PERTANYAAN TERHADAP TIM CREATIVE TERKAIT RUMUSAN<br>PERMASALAHAN.....                  | 147    |
| A. Aktivitas Tim Creative dalam mengelola konten .....                                        | 147    |
| B. Ragam Aktivitas & Daya Tarik Konten .....                                                  | 147    |
| C. Cerita Dibalik Konten & Respon Penggemar .....                                             | 147    |
| DAFTAR PERTANYAAN TERHADAP FANS YANG MENJAWAB RUMUSAN<br>PERMASALAHAN.....                    | 148    |
| A. Daya tarik & branding di mata penggemar .....                                              | 148    |
| B. Persepsi Penggemar dan Keterikatan Melalui Konten .....                                    | 148    |
| DAFTAR PERTANYAAN TERHADAP FANS .....                                                         | 149    |
| DAFTAR PERTANYAAN TERHADAP TIM CREATIVE.....                                                  | 151    |

## DAFTAR GAMBAR

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Akun Instagram Mahalini .....   | 4  |
| Gambar 1.2 Data Reportal 2025.....         | 4  |
| Gambar 1.3 Data pengguna Tiktok.....       | 5  |
| Gambar 1.4 Data Pemberitaan Mahalini.....  | 6  |
| Gambar 1.5 Profile Instagram Mahalini..... | 12 |
| Gambar 2.1 Instagram Mahalani.....         | 27 |
| Gambar 2.2 Profile Instagram Mahalini..... | 29 |
| Gambar 2.3 Unggahan Instagram.....         | 31 |
| Gambar 2.4 Kolom Komentar Instagram.....   | 31 |
| Gambar 2.5 Unggahan Instagram.....         | 31 |
| Gambar 2.6 Kolom Komentar Instagram.....   | 32 |
| Gambar 2.7 Unggahan Instagram.....         | 32 |
| Gambar 2.8 Kolom Komentar Instagram.....   | 32 |
| Gambar 2.9 Unggahan Instagram.....         | 33 |
| Gambar 2.10 Kolom Komentar Instagram ..... | 33 |
| Gambar 2.11 Unggahan Instagram.....        | 33 |
| Gambar 2.12 Kolom Instagram .....          | 34 |
| Gambar 2.13 Kolom Komentar Instagram ..... | 35 |
| Gambar 2.14 Postingan Busana.....          | 38 |
| Gambar 2.15 Postingan .....                | 38 |

## DAFTAR TABEL

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1. Empat Pilar Dalam Strategi Media..... | 19 |
| Tabel 2.1. Profil Informan.....                  | 43 |



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial Instagram berperan dalam meningkatkan popularitas Mahalini Raharja sebagai penyanyi muda di Indonesia. Di tengah pergeseran industri musik dari media konvensional ke digital, Instagram menjadi platform strategis bagi musisi untuk membangun citra publik dan interaksi dengan penggemar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi terhadap unggahan Instagram @mahaliniaraharja serta wawancara mendalam dengan tim kreatif dan penggemar (MyLinz). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mahalini secara konsisten menerapkan empat pilar konten utama: edukasi (proses di balik layar), inspirasi (perjalanan karier dan nilai budaya), hiburan (momen santai dan penampilan panggung), dan promosi (karya musik dan kolaborasi brand). Konten hiburan ditemukan sebagai pilar yang paling dominan dalam menciptakan keterlibatan audiens. Selain itu, representasi identitas budaya Bali dan narasi kehidupan pribadi yang tulus memperkuat citra autentik dan profesionalitas Mahalini di mata publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan konten yang strategis dan interaktif di Instagram merupakan faktor kunci dalam mempertahankan dan memperluas popularitas musisi di era digital.

**Kata Kunci:** Instagram, Popularitas, Mahalini Raharja, Personal Branding, Media Sosial.

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze how the social media platform Instagram plays a role in increasing the popularity of Mahalini Raharja as a young singer in Indonesia. Amidst the shift in the music industry from conventional to digital media, Instagram has become a strategic platform for musicians to build public image and interact with fans. This study employs a descriptive qualitative approach with content analysis of @mahaliniraharja's Instagram posts, alongside in-depth interviews with a creative team member and fans (MyLinz). The results indicate that Mahalini consistently implements four main content pillars: education (behind-the-scenes processes), inspiration (career journey and cultural values), entertainment (casual moments and stage performances), and promotion (musical works and brand collaborations). Entertainment content was found to be the most dominant pillar in generating audience engagement. Furthermore, the representation of Balinese cultural identity and sincere personal narratives strengthens Mahalini's authentic and professional image in the eyes of the public. This study concludes that strategic and interactive content management on Instagram is a key factor in maintaining and expanding a musician's popularity in the digital era.*

**Keywords:** *Instagram, Popularity, Mahalini Raharja, Personal Branding, Social Media.*