

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM PT
INDOFARMA GLOBAL MEDIKA DALAM MEMBANGUN
*BRAND ENGAGEMENT***

TUGAS AKHIR

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



Mutiara Faizi Suhaila

1191003122

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mutiara Faizi Suhaila

NIM : 1191003122

Tanda Tangan:



Tanggal : 18 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

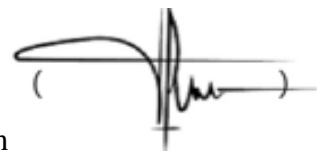
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mutiara Faizi Suhaila
NIM : 1191003122
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi *Social Media Marketing* Instagram
PT Indofarma Global Medika Dalam
Membangun *Brand Engagement*

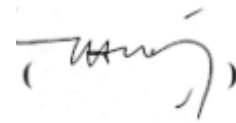
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing: RR. Roosita Cindrakasih, S.H., M.I.Kom



Penguji 1: Dra. Suharyanti, M.S.M



Penguji 2: Mirana Hanatnasia, S. Sos., M. Media Prac



Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 25 Agustus 2023

KATA PENGANTAR

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “**Strategi Social MediaMarketing Instagram PT Indofarma Global Medika dalam Membangun BrandEngagement**” dengan baik serta tepat waktu. Selain itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan maka dari itu peneliti mengharapkan krikitikan dan saran yang besifat membangun baik untuk peneliti maupun pada pembaca.

Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah hal yang sangat baru dan tidak akan bisa berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu peneliti ingin megucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Peneliti ucapkan puji dan syukur penilis panjatkan sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan nikmat sehat jasmani dan Rohani kepada peneliti sehingga peneliti bisa Menyusun tugas akhir ini dengan lancar

2. Orang Tua dan Keluarga

Terima kasih kepada Papi, Mami, Abang Razif Durrati Naziha, dan Adik peneliti Fajri Shafi Nabiha yang selalu memberikan dukungan serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini, terima kasih sudah mendoakan penelitiagar dipermuda dalam Menyusun skripsi.

3. Miss RR. Roosita Cindrakasih, S.H., M.I.Kom

Saya sampaikan terima kasih kepada Miss Roro selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu meluangkan waktu dan membantu peneliti selama menyelesaikan Skripsi ini. Selain itu Miss Roro juga memberikan kritikan dan saran yang membangun selama penyusunan hingga akhir penulisan skripsi ini.

4. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku dosen penguji sejak seminar proposal hingga sidang tugas akhir ang telah membantu dan memudahkan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Pada penyelesai skripsi ini tidak lepas dari kritikan dan saran yang membangun sehingga peneliti mendapatkan *insight* baru.

5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh dosen dan staf Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu dan memberikan pelajaran secara akademik maupun non-akademik yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

6. Mba Jelita dan Pihak PT Indofarma Global Medika

Terima kasih kepada Mba Jelita, Mas Aldilah, Abang Andre, Ka Raisa, OmUlez, Mas Bagus, Pak Sarwadi, dan Mas Fadlan yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan PT Indofarma Global Medika dan memberikan dukungan hingga motivasi kepada peneliti dalam menyusun skripsi. Selain itu, kepada Mba Jelita, Ka Raissa Terima kasih sudah bersedia untuk menjadi informan untuk penelitian ini, dan membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.

7. Bapak Adrian Arditiar, M.I.Kom, dan Pengikut Instagram PT Indofarma Global Medika

Terima kasih kepada Bapak Adrian yang telah bersedia menjadi Triangulator dan sekaligus menjadi dosen peneliti selama di Univeristas Bakrie. Lalu, terima kasih kepada para pengikut Instagram PT Indofarma Global Medika Dokter Alun Khairunissa, Maulana Yusup, dan Fitriyani yang sudah bersedia menjadi informan. Semoga kita bisa bertemu dan berbagi informasi di lain waktu.

8. Sahabat Penulis

Terima kasih kepada Bazliah Lathifah, Zulfa Dewi, Intan Purwanti, Fitriyani Septamiranti, Jasmine Febyan, Intan Permata, Alfiyyah Julaini, dan Annastasya Diva untuk semua dukungan, dorongan dan canda tawa yang tidak bisa dibayarkan dengan apapun. Lalu, tanpa kalian dan bantuan kalian supaya peneliti tidak mudah menyerah yang membuat peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini. Tapi berjalan waktu dan didewasakan dengan semua tanggung jawab semoga kelak kita bisa membanggakan bagi keluarga, negara, dan alam semesta. Selain itu kita tidak terpisahkan sampai tua nanti. Sekali lagi terima kasih meskipun terima kasih ini tidak bisa membalas semua hal berkesan yang ada selama kita kenal.

9. Teman Seperjuangan

Terima kasih kepada KOMUNAL 2019, yang sudah memberikan dukungan, motivasi, dan mampu berjuang hingga saat ini. Semoga kita bisa berkembang menjadi kepribadian yang lebih baik lagi, dan bisa berkumpul kembali saat sudah sukses nanti.

10. Member Treasure

Terima kasih kepada member treasure yaitu Hyunsuk, Jihoon, Yoshi, Junkyu, Mashiho, Asahi, Jaehyuk, Yedam, Doyoung, Haruto, Jeongwo, dan Junghwan yang sudah memberikan hiburan dan dukungan dengan konten-konten dan kata-kata penyemangat bagi para fansnya terlebih bagi peneliti yang merasa terhibur dan mampu meningkatkan semangat peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Mutiara Faizi Suhaila

Terakhir tetapi bukan berakhir, peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak-banyak kepada diriku sendiri yang mau percaya, tidak menyerah, dan mau untuk bekerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini, meskipun banyak tantangan dan hal-hal yang membuat untuk menghambat tapi sampai di titik ini. Penulis ingin menyampaikan bahwa aku sudah berusaha kepada diriku untuk menjadi yang lebih baik. Terima kasih banyak untuk Mutiara Faizi Suhaila

Demikian ungkapan terima kasih yang peneliti berikan kepada semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini. Semoga penelitian ini bisa memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis.

Jakarta, 15 Juli 2023



Mutiara Faizi
Suhaila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Mutiara Faizi Suhaila
NIM : 1191003122
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 Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM PT
INDOFARMA GLOBAL MEDIKA DALAM MEMBANGUN
BRAND ENGAGEMENT”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan 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 : 18 Agustus 2023

Yang menyatakan



(Mutiara Faizi Suhaila)

STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM PT INDOFARMA GLOBAL MEDIKA DALAM MEMBANGUN *BRAND ENGAGEMENT*

Mutiara Faizi Suhaila

ABSTRAK

Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang menggunakan pikiran, serta energi untuk bisa memberikan keinginan dan permintaan dari konsumennya. Banyaknya pengguna media sosial Instagram di Indonesia, membuat adanya peluang bagi para perusahaan untuk bisa memasarkan produknya. PT Indofarma Global Medika adalah salah satu *brand* yang menggunakan *Social Media Marketing* dalam media sosial Instagramnya dengan upaya membangun *brand engagement*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi social media marketing yang dilakukan oleh PT Indofarma Global Medika dalam membangun brand engagement. Dengan tujuan untuk mengetahui strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh PT Indofarma Global Medika dalam membangun *brand engagement* menggunakan platform Instagram. Penelitian ini menggunakan Metode studi kasus eksplanatif yang menjelaskan kasus dari teori atau konsep *social media marketing* dan *brand engagement* dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis terhadap konten Instagram @indofarmaglobamedika.id dan juga wawancara dengan beberapa *followers* dari Instagram @indofarmaglobamedika.id serta manager dan social media *specialist* PT Indofarma Global Medika. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan kesimpulan bahwa *social media marketing* yang dilakukan oleh PT Indofarma Global Medika mampu menarik konsumen dan penggunaan media sosial Instagram cukup berhasil untuk membangun *brand engagement* dengan bantuan tahapan *lurking*, *casual* dan *active*.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*; *Brand Engagement*; Instagram.

**SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY OF
PT INDOFARMA GLOBAL MEDIKA'S INSTAGRAM
IN BUILDING BRAND ENGAGEMENT**

Mutiara Faizi Suhaila

ABSTRACT

Business is an activity that uses thoughts and energy to be able to fulfill the desires and demands of its consumers. The large number of Instagram social media users in Indonesia creates opportunities for companies to be able to market their products. PT Indofarma Global Medika is one of the brands that uses Social Media Marketing on its Instagram social media in an effort to build brand engagement. The formulation of the problem in this research is how is the social media marketing strategy carried out by PT Indofarma Global Medika in building brand engagement. With the aim of knowing the social media marketing strategy carried out by PT Indofarma Global Medika in building brand engagement using the Instagram platform. This study uses an explanatory case study method that explains cases from the theory or concept of social media marketing and brand engagement with a qualitative approach. The data analysis technique used was an analysis of Instagram content @indofarmaglobamedika.id and also interviews with several followers from Instagram @indofarmaglobamedika.id as well as managers and social media specialists at PT Indofarma Global Medika. The results of interviews conducted by researchers show the conclusion that social media marketing carried out by PT Indofarma Global Medika is able to attract consumers and the use of Instagram social media is quite successful in building brand engagement with the help of the lurking, casual and active stages.

Keyword: *Social Media Marketing; Brand Engagement; Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
<i>1.1 Latar Belakang</i>	<i>1</i>
<i>1.2 Rumusan Masalah.....</i>	<i>12</i>
<i>1.3 Tujuan Penelitian.....</i>	<i>12</i>
<i>1.4 Manfaat Penelitian.....</i>	<i>12</i>
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
<i>2.1 Konsep yang Relevan</i>	<i>13</i>
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	13
2.1.2 Media Baru	14
2.1.3 Media Sosial	15
2.1.4 Instagram	16
2.1.5 Strategi Social Media Marketing	17
2.1.6 Brand Engagement.....	21
2.1.7 Engagement Melalui Media Social Instagram.....	22
<i>2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan</i>	<i>23</i>
<i>2.3 Model Kerangka Pemikiran.....</i>	<i>28</i>
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
<i>3.1 Desain dan Pendekatan.....</i>	<i>29</i>
<i>3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....</i>	<i>30</i>
3.2.1 Objek Penelitian	31
3.2.2 Subjek Penelitian.....	31

<i>3.3 Pengumpulan Data</i>	32
<i>3.4 Analisis Data</i>	34
<i>3.5 Triangulasi Data</i>	35
<i>3.6. Operasionalisasi Konsep/ Isu</i>	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
<i>4.1 Gambaran Konteks Penelitian</i>	40
4.1.1 Objek Penelitian	40
4.1.2 Subjek Penelitian.....	45
<i>4.2 Penyajian Data</i>	49
4.2.1 Strategi Social Media Marketing Pada Instagram @Indofarmaglobalmedika.id	50
4.2.2 Upaya Dalam Membangun Brand Engagement di Instagram PT Indofarma Global Medika.....	62
<i>4.3 Pembahasan dan Diskusi</i>	70
4.3.1 Strategi Social Media Marketing Instagram PT Indofarma Global Medika.....	71
4.3.2 Penggunaan Media Sosial Instagram @indofarmaglobalmedika.id	78
4.3.3 Upaya Meningkatkan Brand Engagement.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
<i>5.1 Simpulan</i>	85
<i>5.2 Kendala dan Keterbatasan</i>	86
<i>5.3 Saran</i>	86
5.3.1 Saran Teoritis	87
5.3.2 Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Pengguna Instagram Terbesar 2022.....	3
Gambar 1. 2 Negara Pengguna Instagram Terbesar 2023.....	3
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 Logo PT Indofarma Global Medika	6
Gambar 1. 5 Tampilan Post Instagram PT Indofarma Global Medika	8
Gambar 1. 6 Tampilan Instagram PT. Kimia Farma Trading & Distributing.....	9
Gambar 2. 1 Logo Instagram	16
Gambar 2. 2 Social Media Strategy Wheel.....	21
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4. 1 Logo PT Indofarma Global Medika	40
Gambar 4. 2 Struktur perusahaan PT.Indofarma Global Medika	43
Gambar 4. 3 Gambaran Web PT Indofarma Global Medika	44
Gambar 4. 4 Tampilan Instagram PT Indofarma Global Medika	45
Gambar 4. 5 Key Informan, Jelita Azwar, 30 tahun	46
Gambar 4. 6 Key Informan, Raissa Rendyani, 23 Tahun	46
Gambar 4. 7 Dr. Alun Khairunissa, 27 Tahun	47
Gambar 4. 8 Maulana Yusup, 22 Tahun	48
Gambar 4. 9 Fitriyani, 23 Tahun.....	48
Gambar 4. 10 Adrian Arditiar, Triangulator	49
Gambar 4. 11 Konten Giveaway Instagram @indofarmaglobalmedika.id.....	52
Gambar 4. 12 Konten yang berkolaborasi Dr. Asa Ibrahim	57
Gambar 4. 13 Jumlah Followers Instagram PT Indofarma Global Medika.....	63
Gambar 4. 14 Konten Instagram dan Caption @indofarmaglobalmedika.id.....	71
Gambar 4. 15 Conten planning Instagram PT Indofarma Global Medika.....	73
Gambar 4. 16 Konten Games di Instagram @indofarmaglobalmedika.id.....	74
Gambar 4. 17 Konten Kolaborasi dengan Tenaga Kesehatan.....	75
Gambar 4. 18 Konsumen membagikan konten Instagram @indofarmaglobalmedika.id.....	77
Gambar 4. 19 Demografi Instagram PT Indofarma Global Medika	78
Gambar 4. 20 Bentuk Komen dan Feedback	80
Gambar 4. 21 Jumlah Insight akun Instagram @indofarmaglobalmedika.id	81
Gambar 4. 22 Data Like dan Insight Akun Instagram @indofarmaglobalmedika.id	83
Gambar 4. 23 Konten dan Insight yang didapat.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3. 1 Operasional Konsep	36