

# STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM PT TIP TOP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL

## ABSTRAK

**Abstract:** *Tip Top is a company engaged in sharia-based supermarkets. Tip Top utilizes Instagram social media as a marketing communication medium, therefore it takes the right strategy and is able to maximize marketing activities through digital. Reviewing the marketing communication elements, the purpose of this study is to find out how the Tip Top strategy utilizes Instagram social media as a marketing communication medium, using a post positivistic and case study method. The results of this study are strategies for utilizing Instagram's social media using Instagram feed features, Instagram stories, Instagram live and Instagram ads to support marketing activities. In addition, digital marketing activities aim to strengthen the identity of the Tip Top brand that breathes Islam and increases brand awareness from the public.*

**Keyword:** *strategy, instagram, tip top*

**Abstrak:** *Tip Top merupakan perusahaan yang bergerak di bidang supermarket yang berbasis islam. Tip Top memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran, oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat dan mampu memaksimalkan kegiatan pemasaran melalui digital. Dikaji dengan elemen integrated marketing communication, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Tip Top memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran, dengan menggunakan paradigma post positivistik dan metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemanfaatan media sosial Instagram menggunakan fitur-fitur Instagram feeds, Instagram story, Instagram live dan Instagram ads untuk menunjang kegiatan pemasaran. Selain itu, kegiatan pemasaran secara digital bertujuan untuk memperkuat identitas brand Tip Top yang bernafaskan islam dan meningkatkan brand awareness dari publik.*

**Kata Kunci:** *strategi, instagram, tip top*

## KATA PENGANTAR

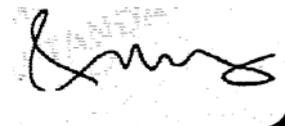
Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya sehingga skripsi yang berjudul STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH PT TIP TOP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL ini dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti menyadari bahwa berakhirnya skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan dan tuntunan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Altobeli Lobodally, S.Sos, M.I.Kom. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis.
2. Agustrijanto S.H., M.I.Kom., selaku Sekretaris Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis.
3. Dholley Dwi Jatmiko Latabulo, S.Sos, M.M., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga, ide dan pikiran, untuk memberikan petunjuk, arahan, dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini serta memberikan semangat untuk lulus tepat waktu.
4. Salman S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik.
5. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
6. Orang tua tercinta, dan adik, yaitu Alm. Bapak Chandra Hadi, Ibu Tati Supriati dan Sdri. Fadya Adzani yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi dan kasih sayang yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga Besar Hadi Toha yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Seluruh dosen dan staff Institut Teknologi dan Bisnis lainnya. Terutama dosen program studi Ilmu Komunikasi atas ilmu dan pengalaman lainnya yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

9. David Aplinemart selaku Manager HRD & Personalia PT. Tip Top Supermaket
10. Evi D. Rahmawati selaku Head of Marketing Communication PT. Tip Top Supermarket
11. Dwi Ratna Ningrum selaku staff Partnership & Membership PT. Tip Top Supermarket
12. Visty Aprily selaku staff & admin media social PT. Tip Top Supermarket
13. Semua Jajaran Direksi & Pimpinan PT. Tip Top Supermarket
14. Fahmi Anwar selaku tenaga pendidik Universitas Bakrie dan selaku narasumber pendukung.
15. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 yang telah membantu penulis selama masa perkuliaha

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang terlibat dengan harapan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Jakarta, 19 Agustus 2022



**Farhan Dzikri**  
2017103597