

## ABSTRAK

**Tasya Azzahra Husain**, *Customer Engagement Melalui Emina Girl Gang Ambassador.*

Emina Girl Gang Ambassador (EGGA) merupakan organisasi atau sebuah komunitas yang menjalankan kegiatan Humas sebagai *ambassador* Emina Cosmetics yang berperan untuk menghubungkan antara Emina dengan sekolah atau kampus yang ada di Kota Bandung. Emina Girl Gang Ambassador berperan penting sebagai fasilitator komunikasi dalam memberikan informasi mengenai Emina Cosmetics melalui konten-konten yang menarik melalui sosial media sebagai bentuk kegiatan komunikasi. Fokus penelitian ini adalah realitas mengenai bagaimana *beauty community* Emina Girl Gang Ambassador dalam meningkatkan *customer engagement* melalui pengelolaan konten di media sosial *Instagram* dan *TikTok* dengan rumusan masalah sebagai berikut: 1). Bagaimana proses *recruitment ambassador batch* terbaru 2). Bagaimana proses perencanaan program *customer engagement* melalui Emina Girl Gang Ambassador 3). Bagaimana proses pelaksanaan *customer engagement* melalui Emina Girl Gang Ambassador 4). Bagaimana proses evaluasi *customer engagement* program Emina Girl Gang Ambassador.

Penelitian ini menggunakan konsep *four step Public Relations* dari Cutlip, Center, dan Broom. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi partisipan pasif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan *ambassador* dalam menciptakan *customer engagement* dilakukan melalui tiga tahapan. Pertama, dimana tahap ini dilakukan dalam menganalisis situasi dan kondisi dalam kegiatan *recruitment ambassador*. Kedua, tahap perencanaan di mana *ambassador* mengaplikasikan seluruh rencana program yang telah dibuat Emina pusat yang telah dirumuskan sebelumnya dengan mengkonsultasikan dengan divisi *brand development* yang mengelola Emina Girl Gang Ambassador. Ketiga, tahap pelaksanaan program unggulan Emina yaitu Emina sosial media, Emina *Field Project*, dan Emina *event participation* melalui konten-konten yang informatif melalui sosial media *Instagram* dan *TikTok*. Keempat, tahap evaluasi dengan melakukan monitoring serta penilaian hasil konten *ambassador* yang dilakukan dengan tujuan untuk mengukur apa saja hambatan dan keberhasilan program yang telah dilaksanakan dan untuk merencanakan terhadap keberlanjutan program yang akan datang.

Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasannya Emina Girl Gang Ambassador telah melakukan proses meningkatkan *customer engagement* dengan memanfaatkan pengelolaan media sosial *Instagram* dan *TikTok* dalam program kegiatan.

**Kata Kunci:** Kegiatan Humas, Pengelolaan, *Customer Engagement*.

## **ABSTRACT**

**Tasya Azzahra Husain.** *Customer Engagement through Emina Girl Gang Ambassador.*

*Emina Girl Gang Ambassador (EGGA) is an organization or a community that carries out PR activities as an Emina Cosmetics Ambassador whose role is to connect Emina with schools or campuses in the City of Bandung. Emina Girl Gang Ambassador plays an important role as a communication facilitator in providing information about Emina Cosmetics through interesting content through social media as a form of communication activity.*

*The focus of this research is the reality of how the beauty community of Emina Girl Gang Ambassador in increasing customer engagement through content management on Instagram and TikTok social media with the following problem formulations: 1). How is the recruitment process for the newest batch of ambassadors 2). How is the customer engagement program planning process through Emina Girl Gang Ambassador 3). How is the process of implementing customer engagement through Emina Girl Gang Ambassador 4). How is the customer engagement evaluation process for the Emina Girl Gang Ambassador program?.*

*This study uses the four-step concept of Public Relations from Cutlip, Center, and Broom. The paradigm used in this research is constructivism. The approach used is qualitative. The method used in this research is descriptive analysis. Data collection techniques used were in-depth interviews and passive participant observation.*

*This study shows that the activities carried out by ambassadors in creating customer engagement are carried out through three stages. First, where this stage is carried out in analyzing the situation and conditions in the recruitment of ambassadors. Second, the planning stage where the ambassador applies all program plans that have been made by the central Emina that have been formulated previously by consulting the brand development division that manages the Emina Girl Gang Ambassador. Third, the implementation stage of Emina's flagship program, namely Emina social media, Emina Field Project, and Emina event participation through informative content through social media Instagram and Tiktok. Fourth, the evaluation stage by monitoring and assessing the results of the ambassador's content which is carried out with the aim of measuring what are the obstacles and successes of the programs that have been implemented and to plan for the sustainability of future programs.*

*Based on this, it can be concluded that Emina Girl Gang Ambassador has carried out the process of increasing customer engagement by utilizing Instagram and TikTok social media management in activity programs.*

**Keywords :** *Public relation actovotoes, managing, Customer Engagement.*