

**PEMANFAATAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMBANGUN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TRIINDONESIA
(Studi Divisi Brand Communications PT Hutchison 3 Indonesia)**

Abstract: *Current technological developments make social media develop into one of the company's channels or brands to establish communication with its consumers. In social media as well, companies can build customer engagement effectively through a variety of communication messages which are packaged in the form of creative and interesting content. This study aims to find out the role of digital public relations at PT Hutchison 3 Indonesia in building customer engagement on social media, especially Instagram. The research approach used is descriptive qualitative with in-depth interview data collection methods and documentation. The results of the study indicated that useful of digital public relations Tri Indonesia plays an active role in building customer engagement on social media, by applying a balanced two-way communication model, even though the stage of customer involvement only reaches the curation stage.*

Keywords: *customer engagement, digital public relations, Instagram, social media.*

Abstrak: *Perkembangan teknologi saat ini membuat media sosial berkembang menjadi salah satu channel perusahaan atau brand untuk menjalin komunikasi dengan konsumennya. Dalam media sosial pula, perusahaan dapat membangun keterlibatan pelanggan secara efektif melalui beragam pesan komunikasi yang dikemas dalam bentuk konten yang kreatif dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran dari digital public relations di PT Hutchison 3 Indonesia dalam membangun keterlibatan pelanggan di media sosial khususnya Instagram. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara mendalam serta dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital public relations di Tri Indonesia berperan aktif dalam membangun keterlibatan pelanggan di media sosial, dengan menerapkan model komunikasi dua arah yang seimbang, meskipun tahapan keterlibatan pelanggan hanya mencapai tahap curation.*

Kata kunci: *customer engagement, digital public relations, Instagram, media sosial.*