

## ABSTRAK

Persaingan ketat antar jenama lokapasar daring yang terjadi di Indonesia memunculkan tuntutan baru untuk mencari strategi komunikasi pemasaran baru yang lebih efektif dan efisien. Pemasaran media sosial muncul sebagai bentuk pemasaran baru yang menggunakan peran media sosial untuk terhubung dengan pelanggan dengan cara yang lebih interaktif serta menuntut jenama untuk mengubah gaya pemasaran mereka untuk lebih membangun hubungan dengan pelanggan. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang interaktif dan memiliki banyak pengguna, dipilih untuk menjadi alat bagi banyak jenama untuk melakukan pemasaran melalui media sosial, salah satunya Shopee Indonesia.

Keterlibatan pelanggan yang berusaha dibangun oleh Shopee Indonesia di dalam Instagram merupakan sebuah proses psikologis yang muncul karena motivasi dari masing-masing pelanggan. Untuk melibatkan pelanggan, salah satu cara yang dapat digunakan adalah melalui pemasaran konten. Konten pemasaran, seperti konten trivia, dipilih oleh Shopee Indonesia sebagai konten alternatif untuk membangun keterlibatan pelanggan di dalam akun Instagramnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten trivia jenis apa yang digunakan oleh Shopee Indonesia untuk membangun keterlibatan pelanggan di dalamnya. Peneliti menggunakan analisis isi kualitatif untuk meneliti konten trivia pada akun Instagram Shopee Indonesia dalam rentang 11 November 2021 hingga 12 Desember 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua jenis konten trivia, yaitu konten trivia permainan dan konten trivia humor yang digunakan oleh Shopee Indonesia untuk membangun keterlibatan pelanggan di dalam Instagramnya. Dibandingkan dengan konten trivia humor, konten trivia permainan memiliki angka pelibatan pelanggan yang lebih tinggi karena sifat interaktivitasnya yang cukup tinggi sehingga mampu menarik pelanggan untuk terlibat di dalam konten.

**Kata kunci:** pemasaran media sosial, Instagram, Shopee Indonesia, analisis isi kualitatif, konten trivia, pelibatan pelanggan

## ABSTRACT

With competition among online marketplace brands in Indonesia which is getting tighter, effective and efficient marketing communication strategies are highly needed. Social media marketing is one of the new marketing strategies which applies social media as a medium to get interactively connected to customers. Social media also requires brands to adjust their marketing style to build a relationship with their customers. Instagram, one of the most interactive and used social media platforms, has been chosen by almost at marketing brands to market their products. Shopee Indonesia is one of the avid users of this social media platform.

Customers engagement, which Shopee Indonesia is building, is a psychological process that is caused by each customer's motivation. Content marketing is one of the ways Shopee Indonesian is selected for the customer's engagement process. Marketing content such as trivia is used by Shopee Indonesia to alternatively build customers engagement in their Instagram account.

This study is aimed at finding types of trivia content used by Shopee Indonesia to build customers engagement. Qualitative content analysis was applied to find out Shopee Indonesia's trivia content appeared on their Instagram account from 11 November 2021 until 11 December 2021. This study found that two trivia contents appeared during the period of time; games and humor. This study also found that games were the trivia content that had a high number of customers engagement. Games are a high interactive content; therefore, it allows customers to actively engage there.

**Keywords:** social media marketing, Instagram, Shopee Indonesia, qualitative content analysis, trivia content, customers engagement