

INTISARI

Customer engagement pada media sosial dapat mengenal konsumen lebih dekat seperti ketepatan, dan kecepatan jawaban atas segala pertanyaan yang diharapkan dapat membantu memberikan solusi finansial dan non finansial, terutama pada media sosial Instagram. Bank Muamalat adalah Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen untuk memberikan layanan penyimpanan dana, dan penyaluran kembali dana dalam bentuk kredit. Instagram Bank Muamalat mempunyai jumlah *followers* terbesar dibandingkan jenis akun media sosial resmi Bank Muamalat lainnya yaitu sebesar 65.600 pengikut. Apabila dilihat dari rata-rata tontonan video, *likes*, dan komentar masih sangat sedikit yaitu tidak sampai 1% dari jumlah *followers* Instagram Bank Muamalat, hal tersebut menandakan kurang adanya *customer engagement* pada Instagram Bank Muamalat yang mengakibatkan rendahnya konsumen dalam berinteraksi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan banyaknya respon *followers* terhadap postingan Instagram Bank Muamalat berupa *feed*, jumlah tontonan video, *likes*, dan komentar, selanjutnya mendeskripsikan respon yang diberikan *followers* terhadap jenis postingan Instagram Bank Muamalat, dan merumuskan solusi perbaikan untuk mengembangkan *customer engagement* di media sosial Instagram Bank Muamalat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam dan analisa data Instagram Bank Muamalat pada tahun 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi umum dalam proses meningkatkan *customer engagement* di Instagram Bank Muamalat masih belum sesuai dengan keinginan *followers*, hal ini didukung dengan analisis data, dan wawancara kepada informan Instagram Bank Muamalat berupa jumlah postingan *feed*, tontonan video, *likes*, dan komentar yang memiliki jumlah *customer engagement* yang sedikit. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah perusahaan perlu mempertimbangkan untuk merubah strategi *customer engagement* di media sosial Instagram. Strategi *customer engagement* difokuskan pada memperbanyak konten video daripada gambar, membuat aturan mewajibkan karyawan untuk mengomentari isi dari konten yang diposting, dan menjawab secara tuntas permasalahan yang diberikan pada kolom komentar ataupun *direct message* (DM) Instagram dengan cara cepat dan tepat.

Kata kunci: Instagram, *Customer Engagement*, dan Strategi

ABSTRACT

Customer engagement on social media can get to know consumers more closely, such as the accuracy and speed of answering all questions that are expected to help provide financial and non-financial solutions, especially on Instagram. Bank Muamalat is a Sharia Commercial Bank (BUS) registered with the Otoritas Jasa Keuangan (OJK) which is related to consumer trust to provide services for depositing funds, and redistributing funds in the form of credit. Instagram at Bank Muamalat has the largest number of followers compared to other types of official Bank Muamalat social media accounts, which is 65,600 followers. When viewed from the average video views, likes, and comments, there are still very few, namely less than 1% of the number of Instagram at Bank Muamalat followers, this indicates a lack of consumer engagement on Bank Muamalat Instagram which results in low consumer interaction. The purpose of this study is to describe the number of followers' responses to Bank Muamalat's Instagram posts in the form of feeds, number of video views, likes, and comments, then to describe the responses given by followers to the types of Bank Muamalat Instagram posts, and to formulate improvement solutions to develop customer engagement on social media Bank Muamalat Instagram. This study used a qualitative descriptive approach with data collection using in-depth interviews and data analysis on Bank Muamalat Instagram in 2021. The results show that the general strategy in the process of increasing customer engagement on Bank Muamalat Instagram is still not in accordance with the wishes of followers, this is supported by analysis data, and interviews with Bank Muamalat Instagram informants in the form of the number of feed posts, video views, likes, and comments that have a small number of engagements. The managerial implication of this research is that companies need to consider changing their customer engagement strategy on Instagram social media. The customer engagement strategy is focused on multiplying video content rather than images, making rules requiring employees to comment on the content of posted content, and answering thoroughly the problems given in the comments column or direct message (DM) on Instagram in a fast and precise way.

Keywords: Instagram, Customer Engagement, and Strategy