

## Abstrak

Media sosial membuka kesempatan perusahaan dan organisasi untuk memperluas jangkauan audiens dan pembangunan citra. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan pemain penting dalam lingkup sosial. Bahkan, penampilan perusahaan di media sosial memengaruhi citra dan reputasi dari perusahaan tersebut. Strategi yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan strategi *customer engagement* yang merupakan bagian dari perspektif *public relations* dan berkembang seiring bertumbuhnya internet. Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi *customer engagement* untuk meningkatkan jangkauan, keterlibatan dan loyalitas audiens melalui praktik media sosial mereka adalah perusahaan *ride sharing* Grab Indonesia. Bagaimana penerapan *customer engagement* pada media sosial daring Grab Indonesia menjadi pertanyaan yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini.

Dengan mengangkat permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi *customer engagement* dalam praktik *Public Relations* oleh Grab Indonesia melalui media sosial daring dengan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi serta dokumen dan arsip yang juga bertujuan untuk validitas data melalui triangulasi data. Temuan riset ini adalah Grab Indonesia menggunakan beberapa taktik dengan menerapkan strategi *customer engagement* yang bertujuan untuk meningkatkan opini positif publik pada Grab Indonesia.

Kata kunci: *customer engagement*, *public relations*, media sosial

### ***Abstract***

*Social media opens up opportunities for companies and organizations to expand their audience and image development. This is because social media is an important player in the social sphere. In fact, the company's appearance on social media affects the image and reputation of the company. The strategy that can be done by the company is the customer engagement strategy which is part of the perspective of public relations and develops along with the growth of the internet. One company that uses customer engagement strategies to increase audience reach, engagement and loyalty through their social media practices is the Grab Indonesia ride sharing company. How the implementation of customer engagement on Grab Indonesia's online social media is the background of this research.*

*By addressing these issues, this study aims to determine the implementation of customer engagement strategies in the practice of Public Relations by Grab Indonesia through online social media using the case study method. Data collection techniques used in this study are in-depth interviews, observations and documents and archives that also aim for data validity through data triangulation. The findings of this research are that Grab Indonesia uses a number of tactics by implementing a customer engagement strategy aimed at increasing public positive opinion on Grab Indonesia.*

*Keyword: customer engagement, public relations, social media*