

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING*
Skripsi, Februari 2024**

**MUHAMMAD REVAYA
2019140036**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* PRODUK REBUILD DREAMS
NOW & BEYOND JEWELRY (RDNB) DI INSTAGRAM TERHADAP
CUSTOMER ENGAGEMENT
(Survei pada *followers* Instagram @rdnb_jewelry)**

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam berwirausaha menuntut para wirausahawan untuk lebih kreatif dalam pemasaran. Perkembangan teknologi yang semakin maju memberikan peluang untuk melakukan pemasaran secara modern dengan pemanfaatan aplikasi jejaring sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Content Marketing* terhadap *followers* akun Instagram @rdnb_jewelry dan *Customer Engagement*, serta mengukur pengaruh *Content Marketing* Produk *Rebuild Dreams Now & Beyond Jewelry* (RDNB) di Instagram terhadap *Customer Engagement*. Teori yang digunakan adalah Komunikasi Pemasaran yang meliputi *Content Marketing* seperti *Reader Cognition*, *Sharing Motivation*, *Persuasion*, *Decision Making*, dan *Factors* yang mempengaruhi, serta dimensi *Customer Engagement* termasuk *Enthusiasm*, *Attention*, *Absorption*, *Interaction*, dan *Identification*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei dan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 79 responden yang merupakan *followers* dari akun Instagram @rdnb_jewelry, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dan teknik *simple random sampling*. Hasilnya menunjukkan bahwa responden secara positif merespons pengaruh *Content Marketing* dan *Customer Engagement* dari semua variabel yang diajukan dalam kuesioner. Lebih lanjut, analisis menunjukkan hubungan positif dan kuat antara *Content Marketing* Produk *Rebuild Dreams Now & Beyond Jewelry* (RDNB) di Instagram dengan *Customer Engagement*, dengan *Content Marketing* mempengaruhi sebagian besar *Customer Engagement* dengan persentase 87,6%, sementara sisanya 12,4% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : *Content Marketing, Customer Engagement*
Referensi : 19 Buku, dan 8 Jurnal
Dosen Pembimbing : Dr. Aminah Swarnawati, M.Si.