

## ABSTRAK

Palugada Streetwear merupakan salah satu *brand* asal Kota Bandung yang bergerak dalam bidang *retail fashion streetwear* dan sudah berdiri sejak tahun 2020. Konsep dari konten media sosial Instagram @palugada.streetwear mampu menjadikan akunnya mengalami perkembangan yang pesat dan mampu menjangkau dua juta *account* jika dibandingkan dengan tiga bulan sebelumnya dan mengalami *engagement* lebih banyak yaitu 21.7 ribu *account*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisa pengelolaan konten media sosial Instagram @palugada.streetwear dalam meningkatkan *customer engagement*. Peneliti menggunakan teori pengelolaan media sosial POST (*People, Objectives, Strategy, Technology*) (KOMINFO, 2018) dan teori *social action* dalam meningkatkan *customer engagement*, yaitu *Consumption, Curation, Create dan Collaboration* (Evans & McKee, 2010). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif serta teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan CEO dan Head of *Marketing* Palugada Streetwear sebagai informan kunci, akademisi yang ahli di bidang *social media* sebagai informan ahli; serta pengikut akun Instagram @palugada.streetwear sebagai informan pendukung. Selain wawancara, pengambilan data dilakukan melalui observasi dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam meningkatkan *customer engagement* pada konten media sosial instagram @palugada.streetwear, Palugada Streetwear menerapkan enam tahap pengelolaan konten, mulai dari menentukan karakteristik target audiens, menetapkan tujuan melalui 4 konten pilar, menetapkan *Editor Plan* setiap awal bulan, menyusun KPI, melakukan strategi pengelolaan konten, hingga distribusi konten. Pada tahap kelima, *social media specialist* Palugada memiliki strategi tersendiri dalam mengelola akun media sosial Instagramnya. Strategi tersebut dibagi menjadi lima tahapan, yang terdiri dari *research (consumption), brainstorming (curation), production (content production), collaboration, dan media monitoring*.

**Kata kunci:** *customer enagegement*, media sosial, Palugada Streetwear, pengelolaan konten