

RINGKASAN EKSEKUTIF

Rolover Reaction adalah sebuah perusahaan yang bergerak di industri kecantikan. Didirikan sejak tahun 2016 dengan peluncuran produk pertamanya yaitu lipstik bertekstur krim yang multifungsi yaitu dapat digunakan di kelopak mata dan juga pipi. Pada peluncuran pertama ini pula, Rolover Reaction berhasil menerima lebih dari 5000 pesanan rata - rata per bulan. Rolover Reaction kini telah menciptakan berbagai jenis rangkaian produk kosmetik mulai dari produk bibir, mata, wajah, hingga pipi, yang dapat memenuhi kebutuhan wanita akan produk kosmetik. Di tengah persaingan ketat antara merek kosmetik lokal, baik yang menjadi pesaing langsung maupun pendatang baru, membuat Rolover Reaction kesulitan dalam menciptakan sebuah ikatan dengan para *customer* nya agar mereka tidak berpindah ke merek lainnya, terutama di masa pandemi *Covid-19* yang membuat Rolover Reaction harus dapat memindahkan segala aktivitas *marketing* nya menjadi via *online*. Dari semua masalah yang ada, masalah yang menjadi prioritas bagi Rolover Reaction adalah Rendahnya *customer engagement* di *instagram* Rolover Reaction. Masalah prioritas ini didukung dengan hasil riset kualitatif yang dilakukan kepada pihak perusahaan. Penulis memilih tiga teori yang akan digunakan sebagai pemikiran dasar, yaitu Customer Engagement, Social Media Marketing, dan Content Marketing. Dengan melakukan analisis *Fishbone Diagram*, ditemukan akar penyebab dari permasalahan kurangnya *customer engagement* di Instagram Rolover Reaction adalah karena belum adanya wadah untuk mengumpulkan *loyal customer* dari Rolover Reaction. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis menyajikan tiga alternatif solusi yaitu melakukan *user generated content*, mengikutsertakan para *Loyal Customers* dalam pembuatan *campaign* dan *virtual beauty event*. Setelah dianalisis menggunakan *weighted objective method*, ditemukan solusi terbaik yaitu melakukan *user generated content* yang akan menjadi rencana jangka pendek. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan mengkurasi konten para *customer* yang menggunakan produk Rolover Reaction, kemudian membagikannya kembali di akun Instagram

pribadi Rollover Reaction. Setelah diimplementasikan, ternyata program ini mendapatkan antusiasme yang baik dan dapat dikatakan efektif dalam mengatasi permasalahan yang ada di Rollover Reaction, dimana implementasi solusi ini berhasil mencapai hingga melebihi target atau KPI yang telah ditentukan.



EXECUTIVE SUMMARY

Rollover Reaction is one of the local beauty brands founded in 2016. Created a multifunctional cream textured lipstick that can be used on the eyelids and cheeks as their first launched product, they managed to receive more than 5000 orders on average per month. Rollover Reaction has now created various types of cosmetic products ranging from lip, eye, face and cheek products to fulfill women's need for cosmetics. In the midst of fierce competition between local cosmetic brands, both direct competitors and newcomers, Rollover Reaction found it difficult to maintain their customer engagement with existing customers, coupled with the emergence of Covid-19 pandemic which made Rollover Reaction have to switch their marketing activities via online. Supported by the result of qualitative research with the company, the priority issue for Rollover Reaction is low customer engagement on their social media. This writing is supported by three theories, which are Customer Engagement, Social Media Marketing, and Content Marketing. By analyzing Fishbone Diagrams, the root cause of low customer engagement on Rollover Reaction's instagram is because there is no place to gather their loyal customers. To overcome this problem, the authors present three alternative solutions; to do user generated content, collaboration with loyal customers to promote campaigns, and make virtual beauty events. After being analyzed with weighted objective method, the author found the best alternative solution among all three which is user generated content that will become a short-term plan. This activity is to curate the content from the customers who use or display Rollover Reaction products and tag Rollover Reaction on their Instagram account, then share it back on Rollover Reaction's Instagram. After being implemented, this activity acquired good enthusiasm and effective to overcome the problem existed, where this solution also managed to reach the target.