

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
1) Manfaat akademis.....	6
2) Manfaat praktis.....	7
<b>E. Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>7</b>
1) Media Sosial Instagram.....	7
2) <i>Customer Engagement</i> .....	11
<b>F. Kerangka Konsep.....</b>	<b>20</b>
<b>G. Metodologi Penelitian.....</b>	<b>22</b>
1) Metode Penelitian.....	22

2) Objek dan Subjek Penelitian.....	24
3) Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
4) Teknik Analisis Data.....	27
5) Validitas Data.....	29
<b>BAB II.....</b>	<b>31</b>
<b><i>CUSTOMER ENGAGEMENT</i> PERUSAHAAN <i>EDUTECH</i> DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....</b>	<b>31</b>
<b>A. <i>Customer Engagement</i>: Strategi <i>Customer Engagement</i> dalam Media     Sosial Instagram.....</b>	<b>32</b>
<b>B. <i>Customer Engagement</i> dalam Institusi Pendidikan.....</b>	<b>45</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>53</b>
<b>MEDIA SOSIAL INSTAGRAM RUANGGURU UNTUK <i>CUSTOMER</i> <i>ENGAGEMENT</i>.....</b>	<b>53</b>
<b>A. Dinamika Ruangguru.....</b>	<b>54</b>
<b>B. <i>Customer Engagement</i> Ruangguru di Media Sosial Instagram.....</b>	<b>61</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>68</b>
<b>PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM RUANGGURU DALAM MEMBANGUN <i>CUSTOMER ENGAGEMENT</i>.....</b>	<b>68</b>
<b>A. Deskripsi Penelitian.....</b>	<b>68</b>
<b>B. Pemanfaatan Media Sosial Instagram.....</b>	<b>73</b>
1) <i>Good Customer Testimonial</i> .....	74
2) <i>Team</i> .....	83
3) <i>Product</i> .....	93
4) <i>Event</i> .....	99
5) <i>Documentation</i> .....	104

<b>C. Customer Engagement Ruangguru.....</b>	<b>107</b>
1) <i>Media engagement</i> .....	107
2) <i>Content engagement</i> .....	111
3) <i>Engagement marketing activities</i> .....	118
<b>BAB V.....</b>	<b>129</b>
<b>KESIMPULAN, SARAN dan LIMITASI.....</b>	<b>129</b>
A. <b>Kesimpulan</b> .....	129
B. <b>Saran</b> .....	133
C. <b>Limitasi Penelitian</b> .....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>134</b>
A. <b>Buku</b> .....	134
B. <b>Karya Ilmiah</b> .....	135
C. <b>Internet</b> .....	138
D. <b>Wawancara</b> .....	140
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>141</b>