



**STRATEGI KOMUNIKASI RUANGGURU DALAM  
MENINGKATKAN *AWARENESS* DAN *ENGAGEMENT* SISWA  
SMA MELALUI INSTAGRAM PADA  
#RUANGGURUSTUDYTOUR**

**LAPORAN SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**Muhammad Daffa Novriandra Napiun**

**44219210014**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Daffa Novriandra Napiun

NIM : 44219210014

Program Studi : *Public Relations*

Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Ruangguru Dalam Meningkatkan *Awareness* dan *Engagement* Siswa SMA Melalui Instagram Pada #RuangguruStudyTour

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 28 Agustus 2024



UNIVERSITAS Muhammad Daffa Novriandra Napiun

MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Daffa Novriandra Napiun

NIM : 44219210014

Program Studi : *Public Relations*

Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi @Ruangguru Dalam Meningkatkan Awareness dan Engagement Siswa SMA Melalui Instagram Pada #RuangguruStudyTour

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata I pada Program Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Enjang Pera Irawan., S.Sos., M.I.Kom (.....) -  
NIDN : 0322028702

Ketua Penguji : Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si (.....) -  
NIDN : 0015037001

Penguji Ahli : Rizky Oktarina Costa, SP, M.Ikom (.....) -  
NIDN : 0324108303

Jakarta, 28 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Muhammad Daffa Novriandra Napiun  
NIM : 44219210014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Strategi Komunikasi Ruangguru Dalam Meningkatkan Awareness dan Engagement Siswa SMA Melalui Instagram Pada #RuangguStudyTour “, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 17 September 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 19%

Jakarta, 17 September 2024  
Administrator Turnitin

  
Rizki Agustin. S. Kom

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan  
dbawah ini :

Nama : Muhammad Daffa Novriandra Napiun  
NIM : 44219210014  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Ruangguru Dalam Meningkatkan  
*Awareness* dan *Engagement* Siswa SMA Melalui Instagram Pada  
#RuangguruStudyTour

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan  
menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti  
Non-Eksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang  
berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak  
menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data  
(database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap  
mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Daffa Novriandra Napiun



## ABSTRAK

Nama : Muhammad Daffa Novriandra Napiun  
NIM : 44219210014  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Ruangguru Dalam Awareness dan Engagement Siswa SMA Melalui Instagram Pada #RuangguruStudyTour  
Pembimbing : Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos, M. Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi komunikasi yang diterapkan oleh Ruangguru dalam meningkatkan *awareness* dan *engagement* siswa SMA melalui platform Instagram pada program #RuangguruStudyTour. Dengan pemilihan program yang strategis bagi @Ruangguru dalam meningkatkan *awareness* dan *engagement*. #RuangguruStudyTour dirancang untuk memperkenalkan siswa SMA pada berbagai informasi mengenai perguruan tinggi, termasuk pilihan kampus, lingkungan akademis dan berbagai program studi yang tersedia.

Penelitian ini menggunakan konsep *Corporate Communications*, *Public Relations*, Manajemen Reputasi, Sosial Media Instagram. Dengan pendekatan kualitatif, metode deskriptif kualitatif dan paradigma Post Positivisme. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan studi pustaka. Teknik analisis meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan triangulasi teknik untuk memastikan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ruangguru menerapkan strategi komunikasi dengan empat tahapan utama, yaitu *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*. Pada tahap *fact finding*, Ruangguru melakukan analisis situasi untuk memahami persepsi masyarakat terhadap program. Tahap *planning* melibatkan perencanaan strategi konten yang kreatif dan penentuan platform sosial media, khususnya Instagram. Pada tahap *communicating*, Ruangguru memanfaatkan *Key Opinion Leaders* (KOL) untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens melalui konten visual yang diposting *secara real-time*. Evaluasi akhir menunjukkan bahwa program #RuangguruStudyTour secara signifikan berhasil meningkatkan kesadaran dan keterlibatan siswa SMA terhadap Ruangguru sebagai platform edutech terkemuka.

**Kata Kunci :** #RuangguruStudyTour, *Corporate Communications*, @Ruangguru, *Strategi Komunikasi*, *Awareness*, *Engagement*

## ***ABSTRACT***

Name : Muhammad Daffa Novriandra Napiun  
NIM : 44219210014  
Study program : *Public Relations*  
Thesis Report Title : Ruangguru Communication Strategy in Awareness and Engagement of High School Students Through Instagram on #RuangguruStudyTour  
Mentor : Dr. Enjang Pera Irawan, S. Sos, M. Ikom

This research aims to reveal the communication strategies implemented by Ruangguru in improving awareness and engagement high school students via the Instagram platform on the #RuangguruStudyTour program. By selecting strategic programs for @Ruangguru to improve awareness and engagement. The #RuangguruStudyTour is designed to introduce high school students to various information about higher education, including campus options, academic environment and various study programs available.

This research uses the concept Corporate Communications, Public Relations, Reputation Management, Social Media Instagram. With a qualitative approach, qualitative descriptive methods and the Post Positivism paradigm. Data was collected through in-depth interviews and literature study. Analysis techniques include data reduction, data presentation and drawing conclusions with triangulation techniques to ensure the validity of the data.

The research results show that Ruangguru implements a communication strategy with four main stages, namely fact finding, planning, communicating, and evaluating. At the level fact finding, Ruangguru conducted a situation analysis to understand the public's perception of the program. Stage planning involves creative content strategy planning and determining social media platforms, especially Instagram. At stage communicating, Ruangguru takes advantage Key Opinion Leaders (KOL) to increase audience interaction and engagement through posted visual content in real time. The final evaluation shows that the #RuangguruStudyTour program has significantly succeeded in increasing high school students' awareness and involvement in Ruangguru as a leading edutech platform.

***Keywords: #RuangguruStudyTour, Corporate Communications, @Ruangguru, Communication Strategy, Awareness, Engagement***

## KATA PENGANTAR

Dengan segala rasa syukur dan keikhlasan, penulis menyampaikan puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir ini dengan judul "**Strategi Komunikasi Ruangguru Dalam Meningkatkan Awareness dan Engagement Siswa SMA Melalui Instagram Pada #RuangguruStudyTour**" yang merupakan syarat agar dapat melaksanakan sidang Proposal Tugas Akhir sehingga dapat melanjutkan penelitian pada tahap selanjutnya dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Proposal tugas akhir ini disusun sebagai salah satu bentuk upaya untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana. Melalui penelitian ini, penulis bermaksud untuk mengkaji dan menganalisis kegiatan @Ruangguru pada kegiatan #Ruanggurustudytour melalui platform Instagram guna meningkatkan *awareness* dan *engagement* audiens.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tiada hentinya kepada Bapak Dr. Enjang Pera Irawan., S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan proposal tugas akhir ini. Kritik dan saran yang konstruktif telah membantu penulis untuk menyempurnakan proposal ini. sehingga peneliti, dapat menyelesaikan proposal Tugas Akhir dengan segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan.

Ada pun selama pembuatan Proposal Tugas Akhir ini peneliti juga mendapat banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan saran dan arahan, serta dukungan



kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Proposal Tugas Akhir ini.

2. Ibu S. Margaretha Niken Restaty, Dr. S.Sos . M,Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu, memberikan saran dan arahan, serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Proposal Tugas Akhir ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun di luar perkuliahan.
4. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada peneliti selama proses pengerjaan Tugas Akhir sehingga peneliti dapat menyelesaikannya dengan baik dan tepat pada waktunya.
5. Kepada seluruh informan PT. Ruang Raya Indonesia dan seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai narasumber dalam Tugas Akhir yang disusun oleh peneliti.
6. Terima kasih kepada teman-teman yang selalu suportif dalam penyusunan penelitian, Nadia, Luthfi, Raihan, Syarifah, Rizky, Mijan, Daus dan Anggi
7. Terima kasih kepada Penguji ahli juga Ketua sidang, Rizky Oktarina Costa, SP, M.Ikom dan Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, masukan dan kritik membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks peningkatan *awareness* dan *engagement* melalui Instagram @Ruangguru.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR <i>SIMILARITY CHECK</i> .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II PENELITIAN TERDAHULU .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 <i>Corporate Communications</i> .....	19
2.2.2 <i>Public Relations</i> .....	20
2.2.3 Media Sosial Instagram .....	23
2.2.4 <i>Key Opinion Leaders</i> .....	24
2.2.5 <i>Awareness</i> .....	26
2.2.5 <i>Engagement Audiens</i> .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29

3.3 Subyek Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4.1 Data Primer .....	34
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.5.1 Reduksi Data.....	36
3.5.2 Penyajian Data .....	36
3.5.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi .....	36
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Subjek dan Objek Penelitian .....	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	38
4.1.1.3 Visi dan Misi .....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Penemuan Fakta ( <i>Fact Finding</i> ).....	40
4.2.2 Perencanaan ( <i>Planning</i> ) .....	41
4.2.3 Komunikasi ( <i>Communicating</i> ) .....	45
4.2.4 Evaluasi ( <i>Evaluations</i> ) .....	50
4.2.5 Umpan Balik .....	53
4.3 Pembahasan.....	55
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	69
5.2.1 Saran Akademis .....	69
5.2.2 Saran Praktis.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>
<b>TRANSKIP WAWANCARA .....</b>	<b>74</b>
<b>CURICULUM VITAE.....</b>	<b>112</b>
<b>SURAT IZIN PENELITIAN.....</b>	<b>113</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kegiatan #RuangguruStudyTour pada social media Instagram @Ruangguru .....	3
Gambar 1. 2 Survei Instagram sebagai platform Sosial Media yang digemari PR dalam berkomunikasi kepada konsumen .....	4
Gambar 4. 1 Logo Ruangguru .....	39
Gambar 4. 2 Bermain games pada program #RuangguruStudyTour .....	43
Gambar 4. 3 Twibbon IG Story #RuangguruStudyTour .....	44
Gambar 4. 4 Konten #RuangguruStudyTour dengan KOL.....	46
Gambar 4. 5 Penggunaan fitur question box pada instagram.....	48





## DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3 1 Daftar Informan.....	33
Tabel 4 1 Tahapan Manajerial Public Relations @Ruangguru dalam meningkatkan <i>awareness</i> dan <i>engagement</i> .....	57



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA