ABSTRAK

Wormhole Store ialah salah satu toko multi brand yang telah berdiri sejak tahun 2010, wormhole store aktif melakukan penjualan melalui media sosial Instagram sejak tahun 2013. Dalam melakukan penjualan melalui media sosial Instagram perlunya pengelolaan dan perencanaan yang baik dan tersusun agar menarik minat dari pembeli. Oleh karena itu, perlunya membangun hubungan *customer engagement* dalam social media Instagram Wormhole Store agar hubungan yang terjalin antara keduanya dapat menjadi hubungan jangka panjang dan saling bergantung. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan dengan tiga orang pegawai wormhole store yang memiliki peran penting dalam perencanaan social mediainstagram wormhole store, serta dua informan pendukung yang mendukung informasi dari para informan kunci. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa social media Instagram Wormhole store melakukan pengelolaan dan perenanaan yang baik dengan pengemasan konten yang menarik dan *informatif*, namun belum membangun hubungan *customer engagement* yang serius, oleh karena itu peneliti dapat membantu Wormhole Store untuk membangun dan menjaga hubungan *customer engagement*.

Kata kunci: *customer engagement*, konten media sosial instagram; pengelolaan media sosial; perenanaan media sosial;