

**Penggunaan *Social Media Analytics* untuk mengukur *Engagement*
User-Generated Content (UGC) pada Media Sosial Instagram
(Studi Kasus: Kafe Kelesa Taman Utara Tahun 2025)
*Utilizing Social Media Analytics to Measure User Engagement with User-
Generated Content (UGC) on Instagram: A Case Study of Kelesa Taman
Utara Café, 2025***

**Dokumen ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan
Mata Kuliah Tugas Akhir**

Jalur Reguler



Disusun oleh,

6704213153

Joy Marshelius Sinaga

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**