



## ABSTRAK

### **STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @NILUKOPI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN KOMUNIKASI MENGUNAKAN TEORI “THE CIRCULAR MODEL OF SOME”**

Dicky Armayudha  
5211711136

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan konten Instagram Nilu Kopi sebagai alat promosi dan komunikasi, dengan memanfaatkan teori The Circular Model Of Some. Teori ini menekankan pada pentingnya keberlanjutan, kolaborasi dan pengoptimalan dalam pemasaran. Penelitian ini mengkaji penerapan empat elemen utama dari teori tersebut, yaitu share, optimize, manage dan engage, dalam pengelolaan akun Instagram Nilu Kopi. Metode yang digunakan analisis deskriptif kualitatif, yang mengkaji konten, strategi komunikasi, serta efektivitas interaksi dengan audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilu Kopi memanfaatkan fitur Instagram, seperti Feed, Stories, dan Auto-Replay, untuk mendukung promosi dan komunikasi. Pengoptimalan dilakukan dengan menganalisis data interaksi untuk menyempurnakan relevansi konten, sementara pengelolaan komunikasi dilakukan dengan terstruktur, termasuk respons cepat terhadap DM dan komentar. Penelitian ini juga menemukan bahwa strategi engagement yang diterapkan oleh Nilu Kopi efektif dalam membangun hubungan emosional dengan audiens, melalui kolaborasi dengan influencer dan pendekatan storytelling yang autentik. Dengan strategi ini, Nilu Kopi berhasil meningkatkan kesadaran merek dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

**Kata Kunci:** Instagram, Nilu Kopi, Promosi, Komunikasi, Circular Model Of Some, Media Sosial

## **ABSTRACT**

### **INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT STRATEGY @NILUKOPI AS A PROMOTION AND COMMUNICATION MEDIA USING THE THEORY OF "THE CIRCULAR MODEL OF SOME"**

*Dicky Armayudha*  
5211711136

*This study aims to determine Nilu Kopi's Instagram content management strategy as a promotional and communication tool, by utilizing The Circular Model of Some theory. This theory emphasizes the importance of sustainability, collaboration and optimization in marketing. This study examines the application of the four main elements of the theory, namely share, optimize, manage, and engage, in managing Nilu Kopi's Instagram account. The method used is qualitative descriptive analysis, which examines content, communication strategies, and the effectiveness of interaction with the audience. The results of the study show that Nilu Kopi utilizes Instagram features, such as feed, stories, and auto-replay, to support promotion and communication. Optimization is done by analyzing interaction data to improve content relevance, while communication management is done in a structured manner, including quick responses to DMs and comments. This study also found that the engagement strategy implemented by Nilu Kopi is effective in building emotional connections with the audience, through collaboration with influencers and an authentic storytelling approach. With this strategy, Nilu Kopi has succeeded in increasing brand awareness and creating long-term relationships with consumers.*

**Keywords:** *Instagram, Nilu Kopi, Promotion, Communication, Circular Model Of Some, Social Media*