



ABSTRAK

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KOREANKINGDOMFEST DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TAHUN 2024

Rahma Dita Saraswati
5211711018

Event merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa. Bisnis ini membutuhkan kesadaran dan partisipasi khalayak sebagai indikator utama dalam keberhasilan pelaksanaan acara dan brand awareness. Untuk meningkatkan kesadaran khalayak terhadap suatu event terdapat beberapa cara, salah satunya adalah dengan mengelola akun sosial media yang diisi khusus oleh konten event itu saja. Salah satu media sosial yang diisi khusus oleh satu event saja yaitu akun Instagram @koreankingdomfest yang dikelola oleh perusahaan CV Queen Rebecca sebagai penyedia jasa event organizer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah ingin melihat pengelolaan media sosial Instagram akun @koreankingdomfest dalam meningkatkan brand awareness dengan melalui konsep the Circular Model of Some dari Regina Luttrell. Dalam konsepnya, terdapat empat aspek utama yakni Share, Optimize, Manage, dan Engage. Hasilnya dapat diketahui jika dalam penyebarannya (share) akun @koreankingdomfest mengunggah konten statis dan dinamis menyesuaikan dengan acara dan karakteristik audiens serta menjalin keterlibatan (engage) dengan berbagai pihak dalam penyebarannya. Sementara dalam pengoptimalannya (optimize) pengelolaan media sosial menggunakan berbagai fitur di Instagram dan melakukan pengelolaan (manage) berupa monitoring terhadap hasil konten dan interaksi dalam akun @koreankingdomfest. Kesimpulannya @koreankingdomfest berhasil meningkatkan brand awareness event dalam jangka waktu Juli sampai Agustus 2024. Penelitian ini menyarankan agar @koreankingdomfest memaksimalkan pemakaian fitur-fitur Instagram serta keterlibatan media partner dan Influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Kata Kunci: *Event, Pengelolaan Media Instagram, The Circular Model of Some*

ABSTRACT

MANAGEMENT OF THE @KOREANKINGDOMFEST INSTAGRAM ACCOUNT TO ENHANCE BRAND AWARENESS IN 2024

Rahma Dita Saraswati
5211711018

The event industry, as a service-based business, relies heavily on public awareness and participation as key indicators of successful event execution and brand awareness. One effective strategy to boost public awareness of an event is through the strategic management of dedicated social media accounts, specifically tailored to event-related content. An example of such an account is the Instagram profile @koreankingdomfest, managed by CV Queen Rebecca, an event organizer company. This study employs a qualitative approach, utilizing interviews, observations, and documentation to explore the management of the @koreankingdomfest Instagram account in enhancing brand awareness guided by Regina Luttrell's Circular Model of SoMe. The concept encompasses four main aspects: Share, Optimize, Manage, and Engage. The findings reveal that in the Share phase, @koreankingdomfest disseminates both static and dynamic content tailored to the event and its audience characteristics, fostering Engagement by collaborating with various stakeholders. In the Optimize phase, the account utilized multiple Instagram features to enhance visibility, while the Manage phase involves consistent monitoring of content and audience interactions. The study concludes that @koreankingdomfest successfully increased event brand awareness over the period from July to August 2024. This study recommends that @koreankingdomfest maximize the use of Instagram's features and strengthen partnerships with media outlets and influencers to engage a broader audience.

Keywords: *Event, Social Media Management, The Circular Model of Some*