



## ABSTRAK

### PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Isnaini Putri Setianingrum  
5211711043

Perkembangan era digital masa kini, membuat adanya kemudahan untuk berinteraksi dan membangun hubungan baik antara individu dan instansi secara global. Ragam *platform* lahir dari perkembangan ini, salah satunya adalah Instagram yang saat ini menjadi media sosial yang populer di kalangan masyarakat. Ibarbo Park mengelola media sosial Instagram sebagai sarana pengenalan merek kepada publik sehingga dapat menjangkau dan dikenal oleh publik yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengelolaan media sosial Instagram @ibarbopark melalui tahapan *share, optimize, manage, dan engage* sebagai bentuk upaya dalam meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan Teori *The Circular Model of SoMe* dan dengan menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Pengelolaan media sosial Instagram @ibarbopark pada tahap *Share*, Ibarbo Park menggunakan Instagram sebagai media utama penyebaran konten berupa informasi karena banyak fitur yang dapat membantu meningkatkan *engagement rate*. Pada tahap *Optimize, public relations* Ibarbo Park mendengarkan diskusi publik agar dapat membuat strategi konten sesuai dengan preferensi publiknya, namun perlu konsistensi dalam pembuatan *content plan*. Pada tahap *Manage*, upaya mengelola dilakukan oleh *public relations* dengan memonitoring perkembangan akun atas konten yang diunggah serta merespon secara *real-time* komentar termasuk kritik maupun saran dari publik. Pada tahap *Engage*, Ibarbo Park melibatkan keterlibatan figur sentral dan juga *influencer* untuk mempengaruhi keputusan publik sehingga dapat membangun interaksi yang kompleks.

**Kata Kunci:** *Brand Awareness, Instagram, Media Sosial, The Circular Model of SoMe*

## **ABSTRACT**

### **INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT @IBARBOPARK BY PUBLIC RELATIONS TO INCREASE BRAND AWARENESS**

*Isnaini Putri Setianingrum*  
5211711043

*The development of the current digital era has facilitated interaction and the establishment of strong relationships between individuals and institutions on a global scale. Various platforms have emerged from this evolution, including Instagram, a widely popular social media platform. Ibarbo Park manages its Instagram account to introduce its brand to the public, thereby expanding its reach and enhancing its visibility. This study aims to describe the management of the Instagram account @ibarbopark through sharing, optimizing, managing, and engaging as a strategy to increase brand awareness. The research employs The Circular Model of Social Media Theory and adopts a descriptive qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. In this study, it can be concluded that the management of the Instagram account @ibarbopark at the Share stage utilizes Instagram as the primary platform for disseminating content in the form of information, as it offers numerous features that can enhance engagement rates. At the optimization stage, Ibarbo Park's public relations team actively listens to public discussions to develop a content strategy that aligns with the preferences of its audience; however, consistency in creating a content plan is essential. At the Manage stage, public relations efforts involve monitoring the account's performance regarding uploaded content and responding in real-time to comments, including criticism and suggestions from the public. At the Engage stage, Ibarbo Park collaborates with key figures and influencers to shape public opinion, fostering complex interactions.*

**Keywords:** *Brand Awareness, Instagram, Social Media, The Circular Model of SoMe*