

ABSTRAK

Nama : Attaya Salsabillah
NIM : 44520010043
Program Studi : Digital Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Konten di Media Sosial
Instagram Sleep & Co
(@sleepandco.id) guna Meningkatkan
Brand Awareness.
Pembimbing : Muthia Rahayu, M. Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial dari Sleep & Co guna meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme. Dengan mengelaborasi teori media baru dan konsep The Circular Model of SOME dari Regina Luttrell, penelitian ini akan melakukan analisis mendalam terhadap bagaimana pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Sleep & Co.

Hasil dari penelitian ini adalah Sleep & Co mengkategorikan kontennya menjadi 3, yakni konten promosi, konten produk, dan konten terkait kesehatan. Pada tahap *share*, Sleep & Co menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk memberikan informasi detail tentang produk, promo diskon, serta informasi kesehatan untuk memperluas pengetahuan tentang produk dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Dalam tahap *optimize*, pengelolaan konten dilakukan dengan cara membuat jadwal postingan (*scheduling*) serta melakukan perubahan desain. Pada tahap *manage* dilakukan dengan monitoring terhadap akun dan kinerja konten sebagai evaluasi dalam meningkatkan keefektifitasan pada strategi pemasaran di media sosial. Pada tahap *engage* dilakukan dengan melakukan kolaborasi dengan *influencer*, serta mengadakan *giveaway* untuk menjalin hubungan baik dengan pengikut dan mendapatkan eksposur pada konten yang dihasilkan.

Kata Kunci: pengelolaan media sosial, konten, Instagram, new media
The Circular Model of SOME.

ABSTRACT

Name : Attaya Salsabillah
NIM : 44520010043
Study Program : Digital Communication
Title Internship Report : Social Media Content Management on Instagram of Sleep & Co (@sleepandco.id) to Enhance Brand Awareness
Counsellor : Muthia Rahayu, M. Ikom

The purpose of this study is to determine the social media management of Sleep & Co to increase brand awareness. This research used descriptive qualitative approach in the form of interview techniques, observations and documentation. It operates within the paradigm of post-positivism. By elaborating on the theory of new media and Regina Luttrell's The Circular Model of SOME, this research will conduct an in-depth analysis of Sleep & Co's social media management practices.

The results of the research show that Sleep & Co categorizes its content into three types: promotional content, product content, and health-related content. In the sharing stage, Sleep & Co uses Instagram as the primary platform to provide detailed information about products, discount promotions, and health-related information to expand product knowledge and build a strong relationship with the audience. In the optimization stage, content management is done by scheduling posts and making design changes. In the management stage, content management is performed by monitoring account and content performance to evaluate and enhance the effectiveness of social media marketing strategies. In the engagement stage, Sleep & Co collaborates with influencers and holds giveaways to build good relationships with followers and gain exposure for the produced content.

Keywords: social media management, content, Instagram, new media
The Circular Model of SOME.