

## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia membuat masyarakat semakin terbuka dengan media baru. Salah satu contohnya adalah banyaknya jumlah pengguna media sosial Instagram. Dengan jumlah pengguna yang banyak, Instagram membuka kesempatan bagi penggunanya untuk dapat membangun interaksi antara satu sama lain. Interaksi antara sesama pengguna dibangun melalui konten-konten yang dibuat dan diunggah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan konten yang dilakukan oleh @biasalahanakmuda dalam membangun *engagement*. Peneliti menggunakan teori New Media dan didukung dengan The Circular Model of SoMe yang dikemukakan oleh Regina Luttrell yang digunakan untuk mengkaji 4 tahap dalam pengelolaan konten di media sosial yaitu, 1) Share; 2) Optimize; 3) Manage; dan 4) Engage. Pada tahap share, pengguna harus mengetahui tujuan menggunakan social media dan melakukan segmentasi audiens untuk mengetahui cara komunikasi yang efektif. Pada tahap optimize, pengguna harus mengoptimalkan fitur-fitur yang ada pada sebuah platform media social. Pada tahap manage, pengguna melakukan social listening dan monitoring untuk mengukur kinerja mereka. Lalu pada tahap engage bagaimana pengguna memanfaatkan semua sumber daya yang ada untuk berpartisipasi dan meraih *engagement* yang tinggi.

**Kata Kunci:** Manajemen Konten, New Media, Instagram, Engagement.