

## ABSTRAK

Penerapan strategi pengelolaan konten Instagram menjadi salah satu solusi yang diambil AGAVILab untuk menjawab tantangan dalam menciptakan *brand awareness*. AGAVILab sebagai perusahaan *startup* yang bergerak di bidang penyediaan bahan penelitian bioteknologi masih belum terlalu familiar di telinga masyarakat, sehingga perusahaan perlu meningkatkan upaya dalam membangun *brand awareness* yang merupakan salah satu faktor pendukung konsumen dalam memilih suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan konten media sosial Instagram dalam membangun *brand awareness* AGAVILab melalui pendekatan *storytelling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *The Circular Model of SoMe for Social Communication* dari Regina Luttrell untuk menjelaskan tahapan pengelolaan konten media sosial Instagram AGAVILab dan Teori Segitiga Bercerita atau *Triangle of Storytelling* oleh Maylanny Christin untuk menjelaskan hubungan antara ketiga komponen yang terlibat pada jenis konten *storytelling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan selama 9 bulan, dimulai pada bulan April – Desember 2023. Penelitian dilakukan dengan sumber utama hasil *monitoring* media sosial pada akun Instagram @agavi.lab, wawancara, serta studi dokumen dan literatur dari berbagai buku dan jurnal dengan topik diskusi serupa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pengelolaan konten yang dilakukan oleh AGAVILab ditujukan untuk meningkatkan *brand awareness* dan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk yang disediakan oleh AGAVILab. Strategi pengelolaan konten yang dilakukan terdiri dari empat tahap, yaitu tahap analisis akun Instagram @agavi.lab, tahap perancangan dan produksi konten, tahap memelihara *engagement*, dan tahapan evaluasi. Melalui pendekatan ini, AGAVILab berupaya membangun kehadiran merek yang kuat sekaligus membina keterlibatan dengan target audiensnya.

**Keywords:** *brand awareness, instagram, manajemen konten, manajemen media sosial, storytelling*