

ABSTRAK

Dalam pengelolaan media sosial terdapat tanggung jawab yang cukup besar, tidak hanya merepresentasikan brand tetapi pengelola juga bertanggung jawab dalam membangun kesadaran brand di publik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengelolaan media sosial instagram @Socialbarn.id sebagai media dalam membangun *brand awareness*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dengan informan kunci, informan ahli dan informan pendukung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Social Media Management Social Barn telah melakukan pengelolaan media sosial di Instagram sebagai media dalam membangun *brand awareness*. Instagram Social Barn dinilai sudah memenuhi ekspektasi terkait penyebaran konten dan informasi produk mengenai Social Barn dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di instagram. Dalam penelitian ini penulis menggunakan model penelitian *The Circular Model Of SOME* yang memiliki empat aspek yaitu *share, optimize, manage, dan engage* untuk mengukur pengelolaan media sosial yang dilakukan @Socialbarn.id yang menunjukkan hasil bahwa hanya tiga dari empat aspek yang sudah diterapkan secara maksimal.

Kata kunci : Media Sosial, Pengelolaan, *Brand Awareness*