

ABSTRAK

Putri Hijabfluencer Jawa Barat merupakan salah satu *beauty pageant* muslimah terbesar di Jawa Barat yang didirikan pada tahun 2020 dan saat ini menjadi *leader pageant* muslimah di Pulau Jawa. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui keefektifan akun oleh Instagram @Putrihijab_jawabarat dalam pengelolaan konten nya dan membangun interaksi untuk menciptakan kredibilitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada akun Instagram @Putrihijab_jawabarat. Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada teori *The Circular Model of Some* (Regina Luttrell, 2004), dengan empat sub analisis yakni, *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengelolaan konten yang dilakukan dengan memanfaatkan fitur Instagram seperti fitur *ads*, *stories*, *live*, hingga kolaborasi. Namun pada penerapan konsep *Manage*, @Putrihijab_jawabarat belum mengimplementasikan pengelolaan yang terukur dengan pemantauan media secara rutin. Penelitian ini memberikan kontribusi pemahaman tentang pengelolaan konten pada media sosial Instagram dalam mempertahankan *brand awareness*.

Kata Kunci: Beauty Pageant, Instagram, Konten Media Sosial, @Putrihijab_jawabarat