

## 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 kontennya 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