

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, seperti *LinkedIn*, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten dengan mudah dan *real-time*. Level Up memilih platform ini untuk memasarkan produknya dengan konten menarik, membangun *awareness*, dan memperkuat hubungan dengan *Audience* melalui interaksi. Penelitian ini mengidentifikasi penyebab rendahnya tingkat interaksi pengguna di LinkedIn Level Up dan bagaimana strategi konten kreatif dapat meningkatkan keterlibatan pengguna serta memperkuat kesadaran merek.

Penelitian ini menggunakan Metode Fundamental dengan pendekatan sistematis dan struktural. Aplikasi yang digunakan termasuk *Microsoft Office*, *Google Workspace*, *Canva*, *Adobe Photoshop*, dan *Adobe Illustrator*. Analisis *engagement rate* dilakukan untuk periode 24 Juli 2023 - 22 Januari 2024 dan 22 Januari 2023 - 13 Juni 2024.

Penelitian dilakukan dengan Menganalisis sekaligus Ikut Andil dalam Pembuatan Konten khususnya pada periode 22 Januari 2023 - 13 Juni 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya tingkat interaksi pengguna disebabkan oleh desain konten yang kurang menarik, waktu unggah yang tidak konsisten, dan relevansi konten yang rendah. Untuk meningkatkan keterlibatan dan brand awareness, Level Up disarankan menerapkan strategi konten kreatif dengan desain menarik, konsistensi unggahan, dan relevansi konten yang tinggi.

Kata Kunci: *LinkedIn*, Level Up, Keterlibatan Pengguna, *Brand Awareness*, dan Strategi Konten Kreatif