

ABSTRAK

Indibiz Jabar menerapkan strategi *branding* untuk membangun kesadaran (*awareness*) publik akan layanan dan solusi digital mereka melalui media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi *branding* Indibiz Jabar dalam membangun *brand awareness* melalui Instagram Indibiz. *jabar*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi *branding* dianalisis menggunakan teori Gelder SV (2005) yang mencakup *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indibiz Jabar menekankan konten edukatif dan informatif yang sesuai dengan kebutuhan audiens untuk meningkatkan teknologi digital dalam penggunaan bisnis khususnya UKM dan pelaku bisnis. Identitas merek diperkuat melalui penggunaan logo serta kombinasi warna biru dan putih yang konsisten, mencerminkan profesionalisme serta kepercayaan. Kepribadian merek terlihat dari interaksi aktif dengan audiens melalui berbagai fitur Instagram, seperti feeds, stories, reels, dan komentar. Ha Untuk meningkatkan jangkauan dan menjaga relevansi, Indibiz Jabar disarankan untuk lebih mengoptimalkan interaksi serta konsistensi dalam pembuatan konten. Upaya ini diharapkan dapat memperkuat posisi merek di tengah persaingan pasar digital.

Kata kunci: *Brand Awareness*, Indibiz, Instagram, Strategi *Branding*