ABSTRAK

Content marketing menjadi peran yang sangat penting bagi para pengusaha yang memulai membangun *Brand awareness* nya sendiri. Transitory *Coffee* contoh nya yang menjadi objek penelitian ini yang menggunakan social media sebagai wadah mereka berinteraksi kepada para followers. Transitory *Coffee* mensajikan berbagai macam *Content marketing* demi terbentuk nya *Brand awareness* dari Brand tersebut. Terlebih di wilayah Depok karena bertepatan dengan Transitory yang berada di Depok, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan paradigma *positivisme* yang mencari sebab dan akibat terjadi nya sebuah penelitian, penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif yang dapat menghitung sebarapa besar pengaruh dari variable yang di teliti. Pada penelitian ini peneliti mendapatkan hasil bahwa peran dari *Content marketing* sangat tinggi untuk menunjang sebuah *Brand awareness*, maka dari itu Peneliti menyimpukan bahwa *Content marketing* yang di share Transitory *Coffee* mempunyai dampak yang signifikan sehingga membuat *Brand awareness* Transitory *Coffee* mendapat respon yang positif dari followers mereka.

Keyword: *Content marketing, Brand awareness, Positivisme*