

ABSTRAK

Kemajuan era *digital* saat ini sangat pesat sehingga mengubah cara manusia berkomunikasi, bekerja, belajar, dan berinteraksi. Pemasaran pada era ini memanfaatkan saluran *digital*, terutama internet dan media sosial untuk mencapai tujuan bisnis. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk pemasaran *digital* yaitu PT. Global Inovasi Siber Indonesia pada produk cyber securitynya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten pemasaran dan *brand awareness* PT. Global Inovasi Siber Indonesia pada media sosial Instagram @cyberacademyid. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi media sosial dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten pemasaran @cyberacademyid terbukti belum terlalu optimal dalam meningkatkan penjualan produk dan customer engagement, hal ini terlihat dari *followers* yang meningkat pada periode tertentu. Meskipun begitu @cyberacademyid tetap melakukan pengemasan konten dengan baik, termasuk penggunaan warna dan bahasa yang konsisten dengan identitas merek mereka, sehingga membantu dalam menciptakan *brand recognition* dan *brand recall* yang kuat.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Instagram, Konten Pemasaran