

ABSTRAK

Pada era digital yang semakin maju ini, perkembangan internet telah mengubah cara orang berinteraksi. Kemajuan teknologi ini memungkinkan perusahaan atau merek meningkatkan *brand awareness* mereka melalui media sosial yang lebih mudah diakses. Sahabat Al-Qur'an Indonesia, sebuah pusat Pendidikan tahfidz Al-Qur'an dan kursus bahasa Arab, sangat menyadari situasi ini. Awalnya, *brand* ini hanya mengandalkan sistem *offline*, tetapi kini mulai menggunakan sistem *online* seiring dengan perkembangan teknologi. Meskipun demikian, masih banyak pengguna media sosial yang belum mengenal Sahabat Al-Qur'an Indonesia. Proyek akhir ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dari Sahabat Al-Qur'an Indonesia melalui keterlibatan pengguna. Metode pengerjaan yang diterapkan meliputi *research*, penentuan *content pillar*, penentuan konsep, pembuatan konten, pengunggahan konten, dan evaluasi. Implementasi pengembangan konten interaktif dilakukan dengan menganalisis konten yang efektif dan relevan terhadap target audiens, kemudian hasil konten yang diproduksi diposting pada platform Instagram, Tiktok, dan Youtube Sahabat Al-Qur'an Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa konten interaktif berhasil memperoleh interaksi dan jangkauan yang tinggi, terutama di platform Instagram dan Tiktok. Berdasarkan hasil tersebut, konten interaktif yang dibuat berhasil meningkatkan *brand awareness* Sahabat Al-Qur'an Indonesia melalui keterlibatan pengguna.

Kata Kunci: *Brand awareness*, konten interaktif, media sosial