

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pemasaran terhadap analisis strategi dan *brand awareness* Mozdeocoffee. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi aktivitas akun Instagram Mozdeocoffee, wawancara dengan pelanggan dan pemilik, serta dokumentasi visual konten yang diunggah Mozdeocoffee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai media pemasaran utama Mozdeocoffee, namun penggunaannya belum dilakukan secara optimal. Seperti kurangnya perencanaan konten, ketidakteraturan dalam jadwal unggahan, kurangnya pemanfaatan fitur seperti *stories*, *reels*, dan respon terhadap pertanyaan konsumen masih tergolong lambat dan belum ditangani secara khusus. Selain itu, identitas visual yang kurang konsisten dan rendahnya interaksi dengan *audiens* turut mempengaruhi tingkat *brand awareness*. Berdasarkan indikator *brand awareness* seperti *recall*, *recognition*, *purchase decision*, dan *consumption* diketahui bahwa kesadaran konsumen terhadap merek Mozdeocoffee masih berada pada tahap awal. Penelitian ini merekomendasikan perlunya strategi pemasaran yang lebih terstruktur, termasuk penjadwalan konten, pemanfaatan fitur Instagram secara maksimal dan kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, Mozdeocoffee dapat lebih efektif dalam membangun hubungan dengan konsumen dan meningkatkan daya saing di era digital.

Kata Kunci: Media sosial, Instagram, Brand Awareness, Mozdeocoffee.