

ABSTRAK

Di era digital, kemajuan teknologi dan meningkatnya informasi telah mengubah cara berkomunikasi di berbagai sektor, termasuk pemerintahan. Pemerintah kini menggunakan Big Data untuk mengelola data secara efisien, mempercepat waktu pengambilan keputusan, dan menghasilkan kebijakan yang akurat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang dijalankan oleh Open Data Jabar dalam memperkenalkan produknya sehingga menjangkau mahasiswa sebagai penggunanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan terpilih dan observasi partisipatif dengan tim Open Data Jabar. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif serta studi dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendalam serta data yang jelas dan rinci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Open Data Jabar dalam membangun brand awareness pada kalangan mahasiswa dengan membuat konten-konten yang relevan dengan audiensnya berdasarkan data-data yang tersedia di portal data Open Data Jabar. Open Data Jabar berusaha untuk membagikan konten yang relevan dengan audiens dengan pendekatan user-centric, konsep design thinking, serta pemantauan tren terkini. Target audiens dari Open Data Jabar adalah masyarakat Jawa Barat yang kemudian dikerucutkan menjadi mahasiswa karena mahasiswa membutuhkan data untuk tugas atau penelitian.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Instagram, Instansi Pemerintah, Mahasiswa, Strategi Komunikasi.*