

Di era saat ini, strategi *branding* melalui media sosial sangat penting, terutama dengan berkembangnya teknologi. Sahabat Al-Qur'an Indonesia adalah brand dari PT. Firli.id yang berupaya menyebar-luaskan brand dan *engagement* melalui Instagram. Laporan ini bertujuan mengembangkan strategi *branding* yang efektif untuk Sahabat Al-Qur'an Indonesia di Instagram dengan meninjau solusi *branding* dari merek lain dan menganalisis permasalahan yang ada. Masalah yang dihadapi meliputi penurunan *views* dan lambatnya kenaikan pengikut. Gambaran pengerjaan menggunakan metode *Scrum*, Strategi yang diimplementasikan mencakup penggunaan konten yang relevan dan peningkatan jumlah upload konten dari 2 kali menjadi 4 kali per hari, penggunaan *call to action* (CTA) dalam *caption*, serta penyesuaian waktu *upload*. Selain itu, aplikasi seperti *Canva* dan *Capcut* digunakan untuk pembuatan desain grafis dan video. Hasil implementasi strategi menunjukkan peningkatan dalam jumlah pengikut dan jumlah *views*. Berdasarkan strategi yang telah dilakukan hasil laporan menunjukkan bahwa strategi yang dipilih efektif dalam meningkatkan *engagement* Sahabat Al-Qur'an Indonesia di Instagram sehingga brand tersebut menjadi lebih di kenal.

Kata Kunci: strategi *branding*, media sosial, Instagram.