

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi branding Vannisa Brownies untuk meningkatkan kesadaran merek melalui media sosial Instagram. Bagaimana konten edukasi dan promosi dapat membangun reputasi perusahaan dan memperkenalkan keunggulan produk kepada publik adalah fokus utama penelitian ini. Diharapkan strategi ini dapat meningkatkan daya tarik pelanggan dan memperkuat reputasi merek di pasar digital dengan menekankan variasi produk dan kualitas bahan yang digunakan. Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi *branding* Vannisa Brownies menggunakan konten-konten di Instagram @vannisabrownies untuk meningkatkan pengetahuan merek. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Studi ini menggunakan teori strategi *branding* Gelder SV (2005), yang terdiri dari tiga subanalisis: *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Vannisa Brownies menggunakan strategi *branding* di Instagram yang menekankan konten informatif dan edukatif. Mereka menggunakan bahan berkualitas tinggi dan variasi rasa yang unik untuk menonjolkan keunggulan produk mereka. Penggunaan logo, desain kemasan, dan palet warna unik digunakan untuk membangun identitas merek dan membedakannya dari pesaing. Komunikasi aktif di feed, cerita, dan reel Instagram menunjukkan kepribadian merek.

Kata Kunci: *Branding*, *Brand awareness*, Edukasi, Instagram, Strategi, Vannisa Brownies