

Abstrak

Teknologi informasi dan komunikasi sangat berkembang dengan pesat semenjak munculnya internet khususnya sosial media, internet hadir sebagai sebuah media baru yang berperan aktif mengubah kegiatan masyarakat dan termasuk kedalamnya mengubah strategi bisnis dalam menarik minat konsumen. Kehadiran internet yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi dan informasi saat ini penggunaan media sosial bisa menjadi salah satu cara perusahaan untuk melakukan promosi memperkenalkan produk atau pelayanan yang ditawarkan perusahaan kepada konsumennya melalui media sosial. Media sosial merupakan sarana media komunikasi bagi masyarakat. Tidak hanya sebatas sebagai media komunikasi, akan tetapi media sosial saat ini sering digunakan untuk memasarkan produk. Data pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020 dengan total populasi 272 juta, yang menggunakan internet adalah 175 juta dengan penetrasi 64% serta yang aktif menggunakan media sosial adalah 160 juta dengan penetrasi 59%. Dari keseluruhan pengguna internet seluruhnya aktif menggunakan menggunakan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* sebagai media promosi terhadap tingkat *Brand Awareness*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan melakukan pendekatan Berneoulli. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif, teknik sampling yang digunakan *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

Kata kunci : *Social Media*, Promosi, dan tingkat *Brand Awareness*