

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi perkembangan iklan menjadi berbagai macam ragam, hal tersebut ditandai dengan munculnya iklan pada media sosial dimana pada penelitian ini memfokuskan iklan pada *platform* Instagram. Avoskin Beauty saat ini aktif menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan produknya karena di masa kini media sosial menjadi tujuan pertama untuk lebih mengembangkan sebuah bisnis, dengan konsep yang lebih modern dan unik membuat Avoskin Beauty meningkatkan konten yang lebih kreatif mengingat media sosial kini menjadi media penyebaran informasi yang efektif dan mempengaruhi kesadaran merek di benak konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *social media marketing* melalui instagram terhadap *brand awareness* Avoskin di kalangan mahasiswa Telkom University. Pada penelitian ini terdapat variabel independen yaitu *social media marketing* dengan indikator *context, communication, collaboration* dan *connection* serta variabel dependen yaitu *brand awareness* dengan indikator *brand recognition, brand recall, purchase* dan *consumption*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tujuan deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online yakni *google form* kepada total 100 sampel. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *social media marketing* melalui instagram terhadap *brand awareness*. Hal ini dibuktikan dengan pengujian uji hipotesis menggunakan uji t dengan hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($12,731 > 1,662$). Artinya terdapat pengaruh *social media marketing* melalui Instagram @avoskinbeauty terhadap *brand awareness* Avoskin di kalangan mahasiswa Telkom University, dan juga *social media marketing* memiliki pengaruh kepada *brand awareness* sebesar 61,9% yang dalam artian pengaruh kuat.

Kata Kunci : Avoskin, *Brand Awareness, Social Media Marketing*