

ABSTRAK

Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan dalam mempromosikan produk atau jasa dari sebuah brand. Meningkatnya kepercayaan konsumen *skincare* pada produk dalam negeri, membuat brand *skincare* lokal gencar mempromosikan produknya pada media sosial. Harlette Beauty salah satu *skincare* lokal yang aktif menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan produknya. Dalam memberikan informasi pengenalan produk Harlette Beauty membagikannya pada story dan feed Instagramnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh media sosial Instagram terhadap brand awareness produk Harlette Beauty. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini didapati bahwa media sosial Instagram memiliki pengaruh positif terhadap brand awareness produk Harlette Beauty. Hal tersebut dibuktikan melalui uji hipotesis nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($15,847 > 1,985$). Dan juga berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi adalah 71,9% yang berarti media sosial Instagram berpengaruh 71,9% terhadap brand awareness dari produk Harlette Beauty. Hasil dari nilai koefisien determinasi juga diartikan media sosial berpengaruh kuat terhadap brand Awareness produk Harlette Beauty.

Kata kunci : Media Sosial, *Instagram*, *Brand Awareness*.