

## ABSTRAK

Brodo merupakan salah satu *brand* lokal Indonesia yang selama ini memproduksi jenis sepatu kulit dan semi *boots*, namun akhir-akhir ini Brodo mengeluarkan lini sepatu baru dengan jenis sepatu casual yang disebut sebagai tipe Vulcan. Penelitian ini menggunakan *variable independen Advertising*, dengan *variable dependen Brand Awareness*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *Advertising* produk sepatu Vulcan melalui media sosial Instagram terhadap *Brand awareness* Brodo. Penelitian ini menggunakan Teori *Advertising* menurut Kotler dan *Brand awareness* menurut David Aaker. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, uji normalitas, analisis korelasi, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga didapatkan data primer langsung dari responden. Untuk penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan responden 100 orang. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa variabel Periklanan Sepatu Vulcan melalui Instagram (X) memiliki pengaruh sebesar 55,9% terhadap *Brand Awareness* (Y). Sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci: Brodo, Brand Lokal, Kesadaran Merek, Periklanan**