

ABSTRAK

Digital marketing merupakan kegiatan yang menggunakan internet dan media digital guna mendukung modern marketing untuk mendapatkan tujuan marketing. Sasaran bisnis menjadi lebih mudah dengan digunakannya media sosial, e-mail, SEO, website dan lain-lain. Instagram saat ini merupakan media sosial yang kerap digunakan pebisnis dalam melakukan digital marketing. Lemonilo menggunakan *digital marketing* dengan media sosial untuk meningkatkan rasa penasaran dan membuat konsumen untuk mencoba produk tersebut, dikarenakan kekuatan media sosial yang tidak dapat diabaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas *digital marketing* melalui Instagram yang dilakukan Lemonilo, untuk mengetahui bagaimana *brand awareness* Lemonilo dan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *digital marketing* terhadap *brand awareness* khususnya Instagram. Faktor yang diuji dalam variabel independen (X) Digital Marketing adalah *context, communication, collaboration connection*. Sedangkan tingkatan Brand awareness sebagai variabel dependen (Y) dengan indikator *Brand Recognition, Brand Recall, Purchase* dan *Consumption*. Populasi yang dalam penelitian ini ada pengikut Instagram @Lemonilo di Indonesia. Teknik sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling* karena anggota sampel tersebut dapat mewakili atau dapat memberikan jawaban bagi masalah penelitian. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin untuk mendapatkan yang memperoleh 100 sampel. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji hipotesis, analisis regresi sederhana dengan menggunakan SPSS ver. 25

Kata kunci: *digital marketing, brand awareness, Media sosial, social media marketing, Instagram*