

ABSTRAK

By.U merupakan salah satu merek provider digital di Indonesia dan pertama di Indonesia yang baru saja diresmikan pada tahun 2019 oleh Telkomsel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari iklan By.U berjudul “Iya Juga Ya” pada media sosial Youtube terhadap Brand Awareness. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode deskriptif dan kausal. Peneliti menggunakan teknik *non-probability* untuk mendapatkan jumlah sample sebesar 100 responden. Populasi dalam penelitian ini viewers iklan “Iya Juga Ya” pada media sosial Youtube dengan total populasi sebanyak 16 juta *viewers*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari iklan Youtube “Iya Juga Ya” terhadap brand awareness produk By.U sebesar 36,9% dan sisanya sebesar 63,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga disimpulkan bahwa iklan “Iya Juga Ya” pada media sosial Youtube dapat mempengaruhi brand awareness produk By.U.

Kata kunci : Iklan, Brand Awareness, Youtube