

ABSTRAK

Pada era digital yang serba terhubung, media sosial memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat. *Instagram* menjadi salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia, dengan potensi besar sebagai sarana pemasaran. Industri kopi, termasuk *coffee shop*, telah memanfaatkan kehadiran *Instagram* sebagai alat pemasaran. Salah satu *coffee shop* populer di Kota Tasikmalaya adalah Kopi Naw Naw, yang menawarkan pengalaman unik dengan tema band metal dan konten menarik di akun *Instagram* mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran media sosial *Instagram* @kopinawnaw dalam meningkatkan *Brand awareness* di kalangan pelanggan baru di Kota Tasikmalaya. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa melalui fitur-fitur *Instagram* seperti Stories, Story Highlight, dan Direct Message, Kopi Naw Naw berhasil membangun *Brand awareness* dan keterlibatan pengikut. Penggunaan elemen visual unik dan identitas merek yang berhubungan dengan musik keras juga telah meningkatkan *Brand Recognition*. *Instagram* terbukti efektif dalam mempromosikan produk, memahami preferensi konsumen, dan memfasilitasi komunikasi antara merek dan pelanggan. Dengan adopsi fitur *Instagram Ads* dan strategi keterlibatan khusus dengan komunitas mahasiswa, *Instagram* juga membantu mengatasi tantangan seperti kurangnya kesadaran sebelumnya. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Instagram* memainkan peran penting dalam meningkatkan *Brand awareness* Kopi Naw Naw di kalangan pelanggan baru di Kota Tasikmalaya.

Kata Kunci: *Instagram*, *Media Sosial*, *Brand awareness*