

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah membawa dampak besar terhadap cara masyarakat berinteraksi dan menjalani kehidupan sehari-hari. Sektor yang turut berkembang pesat akibat kemajuan TIK adalah sektor bisnis, termasuk industri kosmetik. Dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh iklan Nacific di media Youtube dan Brand Ambassador Stray Kids terhadap brand awareness. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan promosi digital dan strategi figur public melalui idol K-Pop untuk menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala *likert* dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil uji t menunjukkan bahwa iklan di media Youtube dan brand ambassador Stray Kids secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness. Hasil uji f menunjukkan bahwa kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap brand awareness, dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 61,4%. Sementara sisanya 38,6% merupakan faktor yang tidak diteliti oleh peneliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: iklan Youtube, *brand ambassador*, *brand awareness*, K-Wave