

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran MS Glow Kepada Konsumen Melalui Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*". Strategi komunikasi dalam pemasaran dapat membantu minat konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dan kesadaran merek yang baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran serta faktor pendukung dan penghambat Ms Glow kepada konsumen melalui instagram dalam meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan teori bauran promosi (*promotion mix*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa MS Glow Distributor Palembang melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *brand awareness* terdapat elemen komunikasi pemasaran, yaitu: (1) MS Glow Distributor Palembang melakukan promosi menggunakan lima *promotion mix* pada komunikasi pemasaran yakni Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Hubungan Masyarakat (*Public Relation*). (2) Faktor Pendukung MS Glow dalam meningkatkan *brand awareness*, yaitu: melakukan *endorse*, memberikan testimoni penggunaan produk, dan peran fitur *reels* dan *live* instagram. Sedangkan faktor penghambat MS Glow distributor Palembang dalam meningkatkan *brand awareness* adalah banyaknya orang-orang yang menjual produk di bawah harga normal.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, Brand Awareness.*