

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *content marketing Instagram Television* normal baru Hotel Tentrem terhadap *brand awareness followers @hoteltentrem.yogyakarta*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Consumer Behavior (CB)*, konsep menggunakan *content marketing* dan media sosial Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ditemukan bahwa *brand awareness* Hotel Tentrem dalam kategori tinggi, hal tersebut berarti bahwa Hotel Tentrem telah berusaha memberikan kualitas pelayanan yang berbeda dari hotel lain. Hasil analisis deskriptif *content marketing* masuk dalam kategori tinggi, dengan dibuatnya konten yang menarik, setiap konsumen mendapatkan informasi terkait hotel secara detail sehingga mudah untuk menarik konsumen yang nantinya akan mudah juga mengingat hal-hal yang konsumen sukai dalam menentukan pilihan hotel. Hasil analisis regresi ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan efektivitas *content marketing Instagram Television* normal baru Hotel Tentrem terhadap *brand awareness* sebesar 61,1%.

**Kata kunci :** *content marketing, brand awareness, instagram*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how much influence the new normal Instagram Television content marketing at Hotel Tentrem on brand awareness of @hoteltentrem.yogyakarta followers. The theory used in this study is the Consumer Behavior (CB) Theory, the concept of using content marketing and social media Instagram. This research is a quantitative research with a survey approach. Data collection techniques in this study used a questionnaire. The sampling technique was purposive sampling and the number of samples obtained was 100 people. The data analysis technique used descriptive analysis and simple linear regression analysis. The results of the study found that the brand awareness of the Tentrem Hotel was in the high category, it means that the Tentrem Hotel has tried to provide a different quality of service from other hotels. The results of the descriptive analysis of content marketing are in the high category, by creating interesting content, every consumer gets detailed hotel-related information so that it is easy to attract consumers who will also be easy to remember things that consumers like in determining hotel choices. The results of the regression analysis found that there was a positive and significant effect on the effectiveness of the new normal Instagram Television content marketing at Hotel Tentrem on brand awareness of 61,1%.*

**Keywords :** *content marketing, brand awareness, instagram*