

## ABSTRAK

Level Up AMOEBA PT Telkom Indonesia mengalami perubahan segmentasi pasar yang semula B2C *Business To Customer* menjadi *Business To Business*. Sehingga dibutuhkan media untuk saran *branding* guna meningkatkan *brand awareness*. Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki jumlah *insight* paling tinggi dibandingkan media sosial yang lain. Oleh karena itu, Level Up Amoeba memaksimalkan strategi *branding* melalui media sosial instagram. Pada dasarnya strategi *branding* oleh Level Up AMOEBA yang digunakan memiliki tujuan untuk mengenalkan program – program dari level Up AMOEBA yang berupa *product selling* kepada target sasaraannya yaitu mahasiswa dan siswa – siswi SMK yang akan melaksanakan program kerja praktek di PT Telkom Indonesia. Penciptaan karya dalam tugas akhir ini terbagi menjadi tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dengan hasil output berupa pembuatan sepuluh video reel instagram yang nantinya akan diunggah melalui media sosial instagram level up AMOEBA.

Kata kunci: Media sosial, instagram, *reels*, *brand awareness*, Level Up AMOEBA