

ABSTRAK

Kampoeng Radjoet merupakan salah satu sentra industri yang potensial di kota Bandung yang telah memproduksi berbagai macam produk rajutan dan mempromosikan produknya di sosial media Instagram. Meskipun sering membuat konten, Kampoeng Radjoet masih kekurangan dalam membalas dan berinteraksi dengan *followers* hal ini dapat di lihat dari *insight* Instagram yang menurun dan membuat Kampoeng Radjoet kehilangan *followers* sehingga perlunya perbaikan pada komunikasi yang dilakukan oleh Instagram Kampoeng Radjoet. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial pada Instagram Kampoeng Radjoet.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan garis kontinum. Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers* Instagram @kampoengradjoet.id dengan menggunakan teknik penyebaran kuisisioner kepada 100 orang. Dari hasil penelitian dapat diketahui efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram @kampoengradjoet.id dinilai sangat baik karena dalam variabel *Social Media Marketing* yang meliputi *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* mendapat nilai sebesar 87,79%.

Kata kunci: Sosial Media *Marketing*, Instagram, Kampoeng Radjoet