

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran dapat meningkatkan tingkat kesadaran konsumen terhadap produk/jasa yang ditawarkan perusahaan sehingga dapat membuat calon konsumen tertarik untuk membeli dan melakukan transaksi pembelian. Maka dari itu, tidak dapat dipungkiri bahwa suatu komunikasi pemasaran juga membutuhkan media komunikasi dalam proses komunikasi pemasaran, salah satu media komunikasinya adalah media sosial. Penelitian ini berjudul “Efektivitas Komunikasi Pemasaran pada Media Sosial Instagram Dunia Fantasi dengan Metode *Customer Response Index* (Studi pada *followers @infodufan*). Objek dalam penelitian ini adalah Instagram Dunia Fantasi (*@infodufan*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram Dunia Fantasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan total 118 responden yang merupakan *followers* dari *@infodufan*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Customer Response Index* sebagai alat ukur efektivitas komunikasi pemasaran. Pengukuran menggunakan metode ini didasari oleh teori *Hierarchy-of-Effects* yang didukung oleh teori penggunaan media sosial yang terdiri dari 4Cs yaitu *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran melalui Instagram Dunia Fantasi (*@infodufan*) telah menggunakan komponen penggunaan media sosial 4Cs dengan baik untuk mencapai komunikasi pemasaran yang efektif dengan nilai CRI adalah 55%.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram.