

ABSTRAK

Instagram memiliki miliaran pengguna dan mencakup wilayah luas, sentra Rajut Binong Jati yang memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan serta permasalahan dalam pembuatan konten dalam media sosial milik rajut Binong Jati yaitu @kampoengrajoet, penulis memilih @kampoengrajoet sebagai subjek penelitian untuk mengetahui menganalisis konten yang dimiliki oleh akun instagram @kampoengrajoet. Akun instagram @kampoengrajoet merupakan akun instagram yang mewakili sentra industri rajut di daerah Binong Jati Kota Bandung. Melalui media sosial Instagram, akun instagram @kampoengrajoet memiliki jumlah pembeli yang semakin bertambah. Adanya generasi muda dalam sentra industri rajut Binong Jati yang terbuka dengan perkembangan teknologi untuk mengembangkan sentra tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi pada media sosial instagram @kampoengrajoet. Selain itu wawancara yang mendalam dengan informan utama, informan pendukung dan informan ahli juga dilakukan untuk mendapatkan data dalam penelitian terkait konten dalam akun instagram @kampoengrajoet. Teknik keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi yang dilakukan oleh akun instagram @kampoengrajoet di awal merupakan komunikasi yang aktif dan berusaha menyajikan informasi yang lengkap. Namun dalam hal berinteraksi dalam kolom komentar masih terbilang kurang aktif karena tidak semua komentar dibalas. Dalam melaksanakan kolaborasi, akun instagram @kampoengrajoet belum pernah berkolaborasi secara *online*, dengan pihak lain. Selain itu, ada juga konten-konten yang berisi tentang edukasi terkait merajut namun belum memiliki konten yang berisi hiburan ataupun konten yang dibuat khusus diupayakan untuk menjadi viral.

Kata kunci : *digital marketing*, media sosial, komunikasi pemasaran, instagram, konten, media baru, *digital content*