

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan pemasaran produk semakin masif yang membuat alur komunikasi tidak dapat lagi melalui jalur tradisional, maka dari itu Batik Kultur merancang komunikasi social media marketing dengan se efektifitas mungkin. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi efektifitas social media marketing Batik Kultur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif penelitian yang berdasarkan pengalaman empiris dengan mengumpulkan data-data berbentuk angka yang dapat dihitung dan berbentuk numeric. Hasil penelitian ini yaitu: 1) Content creation, Landasan strategi dalam melaksanakan pemasaran di media sosial; 2) Content sharing, Menyebarkan konten kepada komunitas sosial; 3) Connections, pembentukan keterikatan antara pemberi pesan dengan penerima pesan; 4) Community building, pembentukan suatu komunitas digital yang terbentuk dari kesamaan pandangan.

**Kata Kunci:** Social Media Marketing, Komunikasi, Batik Kultur, Marketing, Konsumen