

ABSTRAK

Perkembangan sosial media yang semakin pesat menjadi pendorong para pelaku usaha baik bidang produk maupun jasa melakukan pemasaran melalui sosial media atau *social media marketing*. Hal tersebut dapat dilihat dari pengguna sosial media yang meningkat setiap tahunnya dengan berbagai *platform* sosial media yang digunakan. Salah satu contoh *social media marketing* yang banyak digunakan adalah Instagram. Science Center merupakan salah satu objek wisata yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung yang menyediakan wisata edukasi baik mengenai sejarah, sains dan astronomi. Dalam hal ini, Science Center melakukan promosi melalui Instagram karena dinilai cukup efektif untuk berkomunikasi dengan *followers*. Namun, *followers* @sciencecenter_kabbdg terbilang masih kurang memahami dengan konten yang sudah disediakan seperti penjelasan mengenai harga tiket, hari kunjungan dan lainnya. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial pada Instagram Science Center. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Deskriptif Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah secara keseluruhan persentase yang dilakukan peneliti dalam variabel *Social Media Marketing* meliputi *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* sebesar 86,99%. Hal ini menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram @sciencecenter_kabbdg dinilai sangat baik.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Instagram, Science Center