

ABSTRAK

Munculnya media sosial adalah salah satu hasil dari perkembangan internet dan teknologi yang sangat pesat. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer untuk promosi wisata karena memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat. Wisata Green Paradise adalah salah satu pariwisata yang menggunakan Instagram sebagai alat promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelola menggunakan media sosial ini untuk mempromosikan wisata mereka, serta faktor pendukung dan penghambat dari penggunaan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Instagram sangat efektif sebagai platform promosi dengan menggunakan fitur-fiturnya seperti judul foto atau caption, hashtag, cerita Instagram, repost, dan reels, serta menggunakan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) untuk menarik perhatian pengikut. (2) Faktor-faktor yang mendukung penggunaan media sosial Instagram untuk mempromosikan Wisata Green Paradise Kota Pagar Alam adalah promosi dengan menggunakan fitur-fiturnya seperti judul foto atau caption. Sedangkan faktor penghambatnya adalah konten yang akan diposting dan dipromosikan serta persaingan dengan destinasi, terutama dengan taktik promosi yang lebih agresif atau daya tarik yang lebih besar.

Keyword : Instagram, Teori AIDA, Wisata Green Paradise