

ABSTRAK

Hadirnya media baru dimanfaatkan oleh Disporawisata Kabupaten Kebumen untuk mempromosikan objek wisata yang ada disekitar Kabupaten Kebumen melalui akun Instagramnya yaitu @plesirbumen. Terkait tingginya tingkat kemiskinan menjadi permasalahan yang dimiliki oleh Kabupaten Kebumen, bidang pariwisata menjadi salah satu sektor yang memberikan peluang untuk mampu meningkatkan ekonomi masyarakat sehingga diharapkan mampu untuk menurunkan tingkat kemiskinan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi pada media sosial Instagram @plesirbumen mampu mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan kunjungan. Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif dengan tipe analisis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online melalui *google form* kepada 100 responden. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, korelasi dan regresi linear sederhana. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dan data diolah menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa promosi akun media sosial Instagram (X) memberikan pengaruh 71,91% terhadap keputusan kunjungan (Y) sedangkan sisanya sebesar 28,09% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa promosi media sosial yang terdiri dari jangkauan promosi, kuantitas *update* di media dan kualitas pesan memiliki pengaruh terhadap keputusan kunjungan yang terdiri dari *attention, interest, search, action* dan *share*.

Kata Kunci : Media Baru, Media Sosial, Instagram, Keputusan Kunjungan