

ABSTRAK

Saat ini, teknologi berkembang dengan pesat dan mempengaruhi kehidupan sosial manusia. Salah satunya melalui media sosial, media sosial membentuk jaringan sosial yang besar dan tak terbatas membuat media sosial menjadi sebuah potensi besar dalam bisnis. Owabong merupakan satu dari sekian banyak perusahaan yang memanfaatkan potensi besar media sosial. Owabong sudah memanfaatkan media sosial sebagai media untuk memasarkan produk-produknya. Akan tetapi, walaupun pihak perusahaan sudah melakukan upaya komunikasi pemasaran yang cukup aktif di media sosial, jumlah pengunjung masih belum mencapai target.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah aktivitas komunikasi pemasaran di media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pengikut akun Instagram @Owabong yang di mediasi oleh variabel Citra Destinasi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian penjelasan (*explanation research*). Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @Owabong yang berjumlah 21,8 ribu followers terhitung pada 14 November 2020. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 400 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji normalitas, *Goodnes of Fit*, SEM, dan uji hipotesis.

Hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa Aktivitas Komunikasi Pemasaran di Media Sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung, Aktivitas Komunikasi Pemasaran di Media Sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Citra Destinasi, dan Citra Destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran kepada Owabong untuk konsisten dalam menerapkan komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram seperti melakukan diskusi dengan *followers*, aktif melakukan interaksi dengan *followers*, dan rutin membagikan beragam informasi terkait Owabong.

Kata Kunci : aktivitas komunikasi pemasaran, media sosial, citra destinasi, minat berkunjung, Instagram