ABSTRAK

Pada masa kini berwisata merupakan salah satu kebutuhan yang sangat diperlukan oleh setiap masyarakat. Hal ini dilakukan untuk menjernihkan pikiran dari rutinitas kerja yang selalu melingkupi rutinitas sehari-hari. Dengan pergi berwisata tentu akan menambah penghasilan negara, baik wisataan dalam domestik dan wisatawan internasional. Pariwisata merupakan penyumbang devisa ketiga negara setelah komoditas MIGAS.

Tahun 2019 jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia 16 juta orang dari mancanegara, hal ini membuktikan bahwa Indonesia merupakan destinasi wisata bagi turis mancanegara. Maka dari itu perlunya strategi pemasaran online Instagram yang baik agar semakin menarik nya wisatawan baik dari dalam negeri maupun internasional.

Metode yang digunakan merupakan metode kuisioner dengan cara survey, responden dalam hal ini adalah pengunjung kebun teh Sukawana. Sebanyak 100 pengunjung. Teknik yang digunakan merupakan teknik pengambilan data secara acak dan menggunakan angket. Dengan menggunakan skala likert dan teknik analisis data adalah analisis deskriptif dan regresi sederhana..

Hasil Penelitian menunjukan bahwa promosi online dan minat berkunjung yang dilakukan perkebunan Teh Sukawana Bandung sudah dalam kategori baik. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi online terhadap minat wisatawan agrowisata berkunjung di perkebunan Teh Sukawana Bandung sebesar 51,8%.

Kata Kunci: Promosi, Minat Berkunjung, Teh Sukawana.