

## ABSTRAK

Kedudukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, yang selanjutnya disingkat DISBUDPAR Kabupaten Bandung, merupakan Lembaga Teknis Daerah sebagai unsur penunjang Pemerintah Daerah yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah Kabupaten Bandung.

Media sosial utama yang digunakan dalam mempromosikan Disbudpar Kabupaten Bandung adalah Instagram, karena Instagram memiliki beberapa fitur menarik yang berguna untuk mempromosikan bisnis. Insight merupakan salah satu yang disediakan oleh Instagram sebagai *tools* menganalisis performa dan mengukur *impact* konten yang diposting, kita bisa melihat data aktivitas yang terjadi dengan melihat data demografi dan jam aktif pengunjung. Dengan adanya permasalahan pemasaran yang terjadi pada Disbudpar Kabupaten Bandung, perlu diperhatikan lagi bagaimana cara menggunakan sosial media yang baik untuk mendapatkan *feedback* yang bagus.

Metode dari penelitian ini untuk mengetahui perancangan strategi promosi dengan metode AISAS. Penelitian ini bersifat kualitatif studi deskriptif yang menggambarkan dan memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya biasanya bersifat naratif (banyak kata-kata) dan alamiah (natural). Data dikumpulkan melalui metode observasi pada media sosial Instagram produk serupa, wawancara, dan studi pustaka terhadap dokumentasi data internal perusahaan.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah memaparkan tahapan mulai dari perancangan strategi promosi yang telah dibuat. Dilihat dari Instagram insight bahwa strategi promosi melalui Instagram sangat bermanfaat dan berguna bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari peningkatan *engagement*, *reach* dan *followers*.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Promosi, Strategi Promosi, Instagram