

ABSTRAK

Penggunaan sosial media Instagram dalam promosi Danau Toba merupakan langkah yang tepat karena Instagram merupakan pengguna terbanyak kedua pengguna sosial media. Pemanfaatan ini didasari karena Danau Toba merupakan salah satu super prioritas wisata yang dikemukakan oleh bapak Sandiaga Uno dan juga karena adanya masalah jatuhnya kapal KM sinar Bangun pada tahun 2018 yang membuat kepercayaan masyarakat menurun, tidak hanya itu karena terjadi pandemi Covid-19 pada tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @dispar.taput dalam mempromosikan Danau Toba yang berada di kawasan Tapanuli Utara. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan melibatkan enam orang informan yang diwawancari untuk mendapatkan informasi yang akurat serta melakukan studi literatur. Pada hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada tiga hal yang menjadi membuat efektivitas penggunaan promosi Danau Toba di Instagram melalui akun @dispar.taput yaitu konten yang meliputi isi, caption dan hastag, lalu pada konsistensi yang meliputi; konsistensi warna, waktu unggah, pola feed dan yang berikutnya pada komunitas yang meliputi; kepercayaan, sumber daya kebutuhan serta resiko.

Kata Kunci: Danau Toba, Dinas Pariwisata, Pengunjung, Promosi, Tapanuli Utara, @dispar.taput