

ABSTRAK

Instagram merupakan sosial media yang digunakan sebagai wadah interaksi antar pengguna, media hiburan, sumber inspirasi dan ide kreatif, wadah untuk menjadi pembuat konten (*content creator*). Media Sosial *Instagram* merupakan media sosial yang dianggap sangat ampuh sebelumnya dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Tekad Camping Ground adalah sebuah Camping Ground yang terletak di Bogor, Jawa Barat, yang didirikan dengan konsep berkemah yang efisien dan pemandangan yang bagus mulai tahun 2021. Pada tahun 2023 tempat wisata ini hanya memiliki sedikit pengunjung. Hal tersebut jauh dari apa yang diharapkan oleh pihak Bumi Perkemahan Tekad. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pemanfaatan *Instagram* oleh humas bumi perkemahan Tekad *Camping Ground* dalam meningkatkan keputusan berkunjung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang diperoleh dari teknik *probability sampling*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pengujian berupa uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, linier sederhana, dan hipotesis. Hasil dari penelitian ini memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $16.105 > 16.6023$, maka membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga terbukti bahwa efektivitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Dari hasil koefisien determinasi menyatakan bahwa efektivitas pemanfaatan *Instagram* memberikan pengaruh sebesar 72.6% terhadap keputusan berkunjung dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: hubungan masyarakat, keputusan berkunjung, media sosial, pariwisata