

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan internet mendorong pertumbuhan pemasaran digital di Indonesia termasuk industri pariwisata yang kini memanfaatkan media sosial seperti TikTok sebagai platform promosi yang efektif dan menjangkau khalayak luas. TikTok memiliki potensi besar dalam membangun kesadaran merek dan memengaruhi keputusan pembelian, tetapi belum dikelola secara optimal oleh Andromeda Journey, terutama aspek pengelolaan media sosial dan strategi distribusi konten. Penelitian ini bertujuan untuk merancang tata kelola TikTok sebagai platform pemasaran berbasis media sosial pada produk wisata safari alam dan *fun offroad* di Andromeda Journey. TikTok sebagai media sosial dengan jumlah pengguna yang sangat tinggi di Indonesia menjadi peluang besar dalam meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* bagi pelaku industri pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa perancangan tata kelola media sosial TikTok @andromedajourney perlu dilakukan. Oleh karena itu, dilakukan perancangan tata kelola TikTok yang mencakup delapan unsur manajemen media sosial: perencanaan kampanye, pembuatan konten, kalender konten, penyimpanan aset kreatif, penjadwalan unggahan, *monitoring*, alur persetujuan, dan pelaporan. Rancangan ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital dan mendorong pertumbuhan *engagement* akun TikTok Andromeda Journey secara signifikan kedepannya.

Kata Kunci: TikTok, media sosial, pemasaran digital, tata kelola, Andromeda Journey

ABSTRACT

The development of technology and the internet has driven the growth of digital marketing in Indonesia including in the tourism industry, which now utilizes social media platforms such as TikTok as an effective promotional tool with wide audience reach. TikTok holds great potential in building brand awareness and influencing purchasing decisions; however, it has not been optimally managed by Andromeda Journey, particularly in the areas of social media management and content distribution strategies. This study aims to design TikTok governance as a social media-based marketing platform for nature safari and fun offroad tourism products at Andromeda Journey. As one of the most widely used social media platforms in Indonesia, TikTok presents a significant opportunity to increase brand awareness and engagement for tourism industry players. This research adopts a qualitative descriptive method with data collection techniques including observation, interviews, documentation, and literature review. The results indicate the need for a structured social media governance framework for the TikTok account @andromedajourney. Therefore, a governance design was developed encompassing eight elements of social media management: campaign planning, content creation, content calendar, creative asset storage, posting schedule, monitoring, approval workflow, and reporting. This design is expected to enhance the effectiveness of digital marketing strategies and significantly boost the engagement growth of the Andromeda Journey TikTok account in the future.

Keyword: *TikTok, social media, digital marketing, governance, Andromeda Journey*