

## INTISARI

TikTok merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah video dengan berbagai efek. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia bekerja sama dengan TikTok Travel dalam mengkampanyekan pariwisata di Indonesia, khususnya 10 Bali Baru. Kampanye TikTok Travel X Wonderful Indonesia mengajak pengguna untuk mengunggah video dengan stiker Wonderful Indonesia dan menggunakan tagar #WonderfulIndonesia. Penelitian ini akan membahas mengenai efektivitas Kampanye TikTok Travel X Wonderful Indonesia sebagai sarana promosi pariwisata Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan tahapan AIDA untuk mengukur tingkat efektivitas dari kampanye. Terdapat 100 responden yang mengisi kuesioner daring yang disebar melalui berbagai media sosial. Dari data yang diterima, diketahui bahwa tingkat efektivitas tahap *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), dan *desire* (keinginan) berada pada kriteria baik, sedangkan tahapan *action* (tindakan) berada pada kriteria rata-rata.

**Kata kunci: efektivitas, promosi pariwisata, TikTok, Kampanye.**

## **ABSTRACT**

TikTok is a social media that allows users to upload videos with various effects. The Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia is working with TikTok Travel in campaigning for tourism in Indonesia, especially 10 Bali Baru. The TikTok Travel X Wonderful Indonesia campaign invites the users to upload videos with the Wonderful Indonesia stickers and use the hash-tag #WonderfulIndonesia. This study will discuss the effectiveness of the TikTok Travel X Wonderful Indonesia Campaign as a means of promoting Indonesia tourism. This study uses quantitative methods and AIDA stage to measure the level of effectiveness of the campaign. There were 100 respondents who filled out the online questionnaires distributed through various social media. From the data received, it is known that the level of effectiveness of the attention, interest, and desire stages is in good criteria. While the action stage is in the average criteria.

**Keyword: effectiveness, tourism promotion, TikTok, Campaign.**