

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pemasaran melalui media sosial TikTok dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke Desa Wisata Margamulya. Dengan memanfaatkan platform TikTok, diharapkan desa wisata ini mampu menarik lebih banyak pengunjung melalui konten yang menarik dan relevan. Penelitian ini dilakukan dalam setting alami, menggunakan sumber data primer dan sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat di TikTok dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap Desa Wisata Margamulya, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi desa wisata lainnya yang ingin mengembangkan strategi pemasaran digital mereka.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Media Sosial, TikTok, Desa Wisata, Margamulya