

Abstrak

Pantai Tanjung Kelayang. telah menjadi objek wisata mass tourism yang rutin dikunjungi di Belitung. Pantai Tanjung Kelayang tak hanya dikenal akan pemandangan pantai bersih dan perairan jernihnya saja namun juga sebagai titik start penyeberangan untuk melakukan kegiatan tur pulau. Pantai Tanjung Kelayang memiliki potensi yang besar untuk menjadi pantai dengan brand yang lebih dikenal namun masih terdapat keterbatasan aspek penunjang wisata yang masih kurang serta upaya promosi yang belum efektif. Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk mengembangkan potensi dan mengatasi permasalahan yang ada dengan memperkuat branding bagi Pantai Tanjung Kelayang melalui strategi destination branding.

Kata kunci: Branding; Destinasi Wisata; Strategi

Abstract

Tanjung Kelayang Beach. has become a mass tourism destination that is routinely visited in Belitung. Tanjung Kelayang Beach is not only known for its clean coastal scenery and clear waters but also as a starting point for island hopping activities. Tanjung Kelayang Beach has great potential to become a beach with a better known brand but there are still limited aspects of tourism support that is still lacking and promotion efforts that have not been effective. Therefore, the author is interested in developing potential and overcoming existing problems by strengthening branding for Tanjung Kelayang Beach through destination branding strategies.

Keywords: Branding; Strategy; Tourism Destinatiion