

Penerapan *Destination Branding* “Natural Boko” di PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko (Persero) Kantor Unit Ratu Boko

ABSTRAKSI

Perkembangan industri pariwisata yang mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya menumbuhkan persaingan ketat antar pengelola destinasi. Manajemen *destination branding* yang baik merupakan strategi penting untuk dapat menarik minat berkunjung wisatawan. Konsistensi diperlukan dalam penerapan *destination branding* pada sebuah destinasi wisata. Penelitian ini membahas 1) konsep *destination branding* “Natural Boko” di PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko (Persero) kantor unit Ratu Boko dan 2) penerapan *destination branding* “Natural Boko” di PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko (Persero) kantor unit Ratu Boko. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipan, wawancara mendalam dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko (Persero) kantor unit Ratu Boko konsisten menerapkan *destination branding* “Natural Boko” sesuai dengan konsep yang telah dirumuskan.

Kata kunci: destinasi wisata, *destination branding*, penerapan.

**Application of Destination Branding “Natural Boko” at PT Taman Wisata
Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko (Persero)
Office of Ratu Boko Unit**

ABSTRACT

The development of the tourism industry that has significantly increased annually grows tight competition between destination managers. Good destination branding management is an important strategy to attract visitors. Consistency is required in the implementation of a destination branding on a tourist destination. This study discusses 1) The destination branding concept "Natural Boko" at PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, and Ratu Boko (Persero) Ratu Boko Unit Office and 2) the implementation of the destination branding "Natural Boko" at PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, and Ratu Boko (Persero) Ratu Boko Unit Office. Research is conducted using a qualitative method of descriptive with data collection techniques, namely participant observation, in-depth interviews and library studies. The results of this research are PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, and Ratu Boko (Persero) Office of Ratu Boko unit consistently apply the destination branding "Natural Boko" according to the concept that has been formulated.

Keywords: tourist destination, destination branding, implementation.