

# **STRATEGI *COMPANY BRANDING* DI BIRO PERJALANAN WISATA WIDYALOKA WISATA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**Oleh**

**Nadiya Shabrina**

**20756046**

## **RINGKASAN**

Widyaloka Wisata adalah salah satu biro perjalanan wisata yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memiliki beberapa pilihan layanan jasa. Penerapan strategi *company branding* membuat Widyaloka Wisata tetap diminati oleh konsumen meskipun persaingan bisnis di bidang biro perjalanan wisata sangat tinggi. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah mendeskripsikan pelayanan jasa yang dimiliki oleh Widyaloka Wisata dan strategi *company branding* dalam membangun *brand* Widyaloka Wisata. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penulisan tugas akhir ini yaitu (1) Menunjukkan produk yang dimiliki oleh Widyaloka Wisata berupa paket wisata, *event management*, dan sewa transportasi. (2) Mendeskripsikan strategi *company branding* yang dilakukan oleh Widyaloka Wisata yang terdiri dari *brand positioning* untuk menunjukkan keunggulan dan perbedaan dari pesaing, *brand identity* sebagai identitas produk maupun perusahaan, *brand personality* untuk menunjukkan ciri khas atau karakteristik, dan *brand communication* untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen sehingga produk dapat dikenal dan diminati oleh para konsumen.

**Kata Kunci : Biro Perjalanan Wisata, Strategi *Company Branding*,  
Widyaloka Wisata**