

COMPANY BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL DI DINAYA TOUR AND TRAVEL BANDUNG

Oleh:

Wiwin Elisa Dwiyani

RINGKASAN

Dinaya Tour and Travel merupakan salah satu Biro Perjalanan Wisata yang terletak di Bandung, Jawa Barat. Dinaya Tour and Travel Bandung menyediakan segala kebutuhan wisata dari paket wisata, transportasi, hingga akomodasi. Masalah yang dihadapi Dinaya Tour and Travel ini adalah kurangnya aktivitas dalam membranding Dinaya dimana terjadinya penurunan penjualan paket Dinaya Tour and Travel. *Company Branding* sebagai bentuk dalam usaha untuk meningkatkan penjualan paket. Tujuan yang pertama adalah mendeskripsikan media sosial yang ada di Dinaya Tour and Travel Bandung dan yang kedua mendeskripsikan *company Branding* untuk membangun *brand* Dinaya Tour and Travel Bandung. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dan wawancara. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dan menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. Hasil dari laporan tugas akhir ini menunjukkan *company branding* di Dinaya Tour and Travel dilihat dari 3 *company branding* yaitu *Branding Positioning* sebagai pelopor utama di Kota Bandung yang menyediakan paket trip dufan, *Branding Personality* mendapat kesan positif yang mereka dapat di Dinaya Tour and Travel dari hasil wawancara dengan Reva Nindhya, Syaufika Putri dan wisatawan lainnya, dan *Branding Identity* sebuah brand dari Dinaya Tour and Travel yang dituangkan dalam bentuk sebuah logo, nama, dan *tagline*. Dinaya Tour and Travel menggunakan beberapa media sosial untuk mempromosikan paket wisatanya yaitu *Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok, dan Whatsapp*.

Kata Kunci : *Company Branding, Media Sosial, Dinaya Tour and Travel*