

ABSTRAK

Solo *Technopark* sebagai kawasan terpadu yang memberikan layanan wisata edukasi. Melihat Kota Solo yang memiliki jumlah pelajar yang tinggi, Solo *Technopark* melakukan pengembangan layanan wisata edukasi untuk mewadahi dan meningkatkan wawasan dari pelajar di Kota Solo. Hal ini menjadi langkah bagi Solo *Technopark* dalam melakukan *branding* untuk menunjukkan tanggung jawabnya dalam meningkatkan wawasan generasi muda mengenai IPTEK. Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana strategi *branding* Solo *Technopark* melalui Layanan Wisata Edukasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. *Branding* yang dilakukan Solo *Technopark* melalui layanan wisata edukasi yaitu memvalidasi keunggulan dengan melakukan analisa terkait kebutuhan masyarakat, kemudian dilakukannya pengembangan wisata edukasi sehingga melahirkan banyaknya fasilitas dan layanan dengan konsep teknologi dan digitalisasi. Solo *Technopark* melakukan penyebaran informasi melalui beberapa platform media. Logo dan Nama Solo *Technopark* merepresentasikan identitas wisata edukasi berbasis Teknologi dan Digital, didukung dengan pencapaian Solo *Technopark* sebagai *Role Model* nasional. Solo *Technopark* menciptakan daya tarik wisata edukasi melalui kerjasama dengan perusahaan-perusahaan ternama dan memberikan akses gratis bagi pengunjung. Solo *Technopark* memberikan pemahaman mengenai layanan wisata edukasi melalui konten dimedia sosial Instagram.

Kata Kunci: Solo Technopark, strategi branding, wisata edukasi