

ABSTRAK

De Djawatan merupakan salah satu destinasi wisata yang berasal dari Banyuwangi. Mengunggulkan keindahan alamnya yang mana terdapat banyak sekali pepohonan trembesi besar yang menyejukkan mata. Wisata ini sempat booming pada tahun 2020, kemudian redup pada tahun berikutnya karena terdampak oleh wabah Covid-19. Branding Destination merupakan salah satu metode yang dapat mengatasi masalah ini. Hal ini juga diperlukan karena Wisata De Djawatan sendiri belum memiliki Branding yang kuat serta melekat, sehingga kurang menarik minat pengunjung untuk datang. De Djawatan memerlukan perancangan Branding Destination yang tepat, dengan memperhatikan setiap aspek yang dapat mendukung seperti daya Tarik yang dimilikinya. Bila diterapkan secara benar dan tepat, akan menguntungkan untuk Wisata De Djawatan kedepannya dalam menarik calon pengunjung. Peneliti melakukan pengumpulan data ke lapangan dan berbagai sumber menggunakan metode kualitatif untuk dapat mengumpulkan komposisi yang tepat dalam merancang Branding Destination yang sesuai.

Kata Kunci : Destinasi Wisata, Alam, Branding