

Abstract

Tourism is an activity that aims to provide tourism services, provide or operate tourist objects and attractions, tourism facility businesses, and other businesses related to this field. The area that has great tourism potential is Madura, especially Bangkalan Regency, which continues to try to develop the existing tourism industry. One of them is tourism in Kamal District. This study aims to identify the branding of the tourism potential of Tajungan village in realizing Mangrove tourist attractions. This type of research is a qualitative research using a descriptive approach to describe the problems that the researchers will discuss about the branding of mangrove tourist attractions in Tajungan Village, Kamal District. The results of this study indicate that the branding of the mangrove tourist attraction in Tajungan Village is by forming the name of the tour to become Segoro Ayu Mangrove Tourism to improve the quality of the tourist attraction. The obstacle experienced is the lack of funds to further develop this tour so that it has not been one hundred percent realized, therefore this tour does not have an image of Tajungan Village to make this tour an attraction for visitors.

Keywords: *Branding, Tourist Attraction, Mangrove*

Abstrak

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyediakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengoperasikan objek dan daya tarik wisata, usaha fasilitas pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang ini. Daerah yang memiliki potensi wisata yang besar adalah Madura khususnya Kabupaten Bangkalan yang terus berusaha mengembangkan industri pariwisata yang ada. Salah satunya pariwisata di Kecamatan Kamal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *branding* potensi wisata desa Tajungan dalam mewujudkan daya tarik wisata Mangrove. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan permasalahan yang akan peneliti bahas tentang *branding* daya tarik wisata mangrove di Desa Tajungan Kecamatan Kamal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *branding* daya tarik wisata mangrove di Desa Tajungan adalah dengan dibentuknya nama wisata tersebut menjadi Wisata Mangrove Segoro Ayu untuk menaikkan kualitas objek wisata. Kendala yang dialami adalah minimnya dana untuk membangun lebih lanjut wisata ini sehingga belum seratus persen terealisasi, oleh karena itu wisata ini kurang mencitrakan Desa Tajungan untuk menjadikan wisata ini sebagai daya tarik bagi para pengunjung.

Kata Kunci : Branding, Daya Tarik Wisata, Mangrove