

**STRATEGI UPAYA PROMOSI PANTAI ISTANA AMAL  
SEBAGAI DESTINASI UNGGULAN  
DI KABUPATEN PETAJAM PASER UTARA  
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Annisa Rahmawati

184172

**ABSTRACT**

*Tourism continues to develop from time to time. Traveling activities have also become a necessity that must be met. Along with these increasing needs, tourist objects must also experience improvements and developments in accordance with the expectations that tourists expect. Amal Palace Beach is a tourist attraction that offers the most complete attractions and the most comfortable facilities. The potential of this tourist attraction is very large and has the potential to become a leading tourist attraction. However, we are currently in the era of the Covid-19 pandemic, where this has had an unfavorable impact in promoting the Charity Palace Beach. On this occasion the author will discuss the strategy of promoting the Amal Palace Beach as a leading destination which will be studied using qualitative research methods, by direct observation to the field, then interviewing tourism managers, tourism offices, and tourists. The data that has been obtained will be processed using the SWOT method in order to get results that can be used for the promotion strategy of Istana Amal Beach.*

*Keywords: Tourism, Amal Palace Beach, Covid-19, SWOT*

**STRATEGI UPAYA PROMOSI PANTAI ISTANA AMAL  
SEBAGAI DESTINASI UNGGULAN  
DI KABUPATEN PETAJAM PASER UTARA  
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Annisa Rahmawati

184172

**ABSTRAK**

Pariwisata terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Kegiatan berwisata pun menjelma menjadi sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan tersebut, objek wisata juga harus mengalami peningkatan dan perkembangan yang sesuai dengan ekspektasi yang wisatawan harapkan. Pantai Istana Amal merupakan salah satu objek wisata yang menawarkan atraksi terlengkap dan fasilitas ternyaman. Potensi yang dimiliki objek wisata ini sangat besar dan berpotensi menjadi wisata unggulan. Namun saat ini kita sedang berada di era pandemi Covid-19 yang di mana hal ini memberikan dampak yang kurang baik dalam upaya promosi Pantai Istana Amal. Pada kesempatan kali ini penulis akan membahas tentang strategi upaya promosi Pantai Istana Amal sebagai destinasi unggulan yang akan dikaji dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan cara observasi langsung ke lapangan, kemudian mewawancarai pengelola wisata, dinas pariwisata, dan wisatawan. Data yang telah didapatkan akan diolah dengan menggunakan metode SWOT agar mendapatkan hasil yang dapat digunakan untuk strategi promosi Pantai Istana Amal.

**Kata kunci:** Pariwisata, Pantai Istana Amal, Covid-19, SWOT