

# **PERANCANGAN DESTINATION BRANDING CAGAR BUDAYA CANDI PARI SIDOARJO**

Nama mahasiswa : Ilyasa Wahyu Hanggara  
NIM : 3031710015  
Pembimbing : Rizky Noviasri, S.Sn., M.Ds.

## **ABSTRAK**

Cagar budaya merupakan warisan sejarah kebendaan dari leluhur yang mana merupakan wujud nyata dari kekayaan budaya bangsa. Warisan tersebut memiliki nilai-nilai yang bermanfaat untuk masa sekarang dalam hal ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, atau kebudayaan. Banyak warisan cagar budaya yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satu wujudnya adalah berupa candi.

Candi merupakan bangunan yang diperuntukkan sebagai tempat persembahan dewi pada umat hindu buddha. Di Sidoarjo terdapat lebih dari 10 candi yang tersebar di wilayah kabupaten Sidoarjo. 5 diantaranya telah disahkan sebagai situs cagar budaya dan dirawat oleh 1 juru pelihara pada masing-masing lokasi candi sebagai pemelihara dan pengelola wisata sejarah. Namun karena media dan fasilitas yang ada masih belum optimal, hal tersebut berdampak pada minimnya kesadaran masyarakat terhadap potensi dan keberadaan Candi Pari Sidoarjo.

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Candi Pari Sidoarjo perlu adanya perancangan *destination branding* cagar budaya Candi Pari Sidoarjo. Dengan adanya rancangan *destination branding* cagar budaya Candi Pari Sidoarjo diharapkan dapat meningkatkan asntusiasme masyarakat terhadap cagar budaya Candi Pari Sidoarjo. Luaran yang dihasilkan dalam perancangan *destination branding* cagar budaya candi pari Sidoarjo berupa *Graphic Standart Manual* yang meliputi *brand road map* dan implementasi identitas visual Candi Pari Sidoarjo.

**Kata Kunci** : Cagar Budaya, Candi, Kabupaten Sidoarjo, *destination branding*

# **DESTINATION BRANDING DESIGN FOR PARI TEMPLE**

## **SIDOARJO**

*Student name* : Ilyasa Wahyu Hanggara  
*Student ID Number* : 3031710015  
*Advisor* : Rizky Noviasri, S.Sn., M.Ds.

### **ABSTRACT**

*Cultural heritage is a material historical heritage from ancestors which is a tangible manifestation of the nation's cultural wealth. This heritage has values that are useful for the present in terms of science, education, religion, or culture. Many cultural heritages are scattered throughout Indonesia, one of which is in the form of temples. The temple is a building that is intended as a place of offering the goddess to the Hindu-Buddhist people. In Sidoarjo, there are more than 10 temples spread over the Sidoarjo district. 5 of them have been legalized as cultural heritage sites and cared for by 1 caretaker at each temple location as a keeper and manager of historical tourism. However, because the existing media and facilities are still not optimal, this has an impact on the lack of public awareness of the potential and existence of Pari Sidoarjo Temple. To increase public awareness of the existence of Pari Sidoarjo Temple, it is necessary to design a destination branding for the cultural heritage of Pari Sidoarjo Temple. With the destination branding design for the Pari Sidoarjo Temple, it is hoped that it can increase public enthusiasm for the Pari Sidoarjo Temple cultural heritage. The output produced in the design of destination branding of the Sidoarjo Pari Temple is in the form of a Graphic Standard Manual which includes a brand road map and the implementation of the visual identity of the Sidoarjo Pari Temple.*

**Keywords** : Cultural Conservation, Temple, Sidoarjo Regency, destination branding