PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* KAMPUNG KENDUNG, KELURAHAN SEMEMI, SEBAGAI KAMPUNG SEMANGGI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Ahmad Ridho Pamungkas

NIM : 3031810002

Dosen Pembimbing : Rizky Noviasri, S.Sn., M.Ds

ABSTRAK

Kampung Kendung, Kelurahan Sememi adalah tempat asal terciptanya makanan ikonik khas Kota Surabaya yaitu Semanggi atau Pecel Semanggi. Daerah tersebut menjadi tempat tinggal bagi lebih dari 100 orang pedagang pecel semanggi yang tersebar ke seluruh penjuru Kota Surabaya. Selain itu pada Kampung Kendung Kelurahan Sememi juga terdapat komunitas kreatif dari warga setempat hasil bimbingan dari beberapa CSR yang ada di tempat tersebut. Komunitas warga tersebut mengembangkan aneka ragam kuliner dengan menggunakan bahan dari daun semanggi seperti bolu semanggi, kukis semanggi, cireng semanggi, peyek semanggi, nugget semanggi dan kue lumpur semanggi. Pada saat penelitian ini dibuat Kampung Kendung, Kelurahan Sememi belum memiliki *branding* yang dapat mengembangkan potensi yang ada pada tempat tersebut.

Maka dari itu penulis melakukan penelitan yang bertujuan untuk merancang *destination branding* Kampung Kendung, Kelurahan Sememi dengan menggunakan metode dari jurnal Ayyub Sukmaraga yang mengembangkan teori *branding* yang diciptakan oleh Mike Mosser dalam buku United We Brand dengan menciptakan Nilai Inti Merek, Pesan Inti Merek, Kepribadian Inti Merek, Ikon Inti Merek dan Peta Jalan Merek dengan metode pencarian data yang dikembangkan Oleh Didiet Sawardikoen dengan pencarian Aspek Pembuat, Aspek Imaji dan Aspek Pemirsa dalam buku Metodologi Penelitian DKV.

Perancangan *destination branding* yang dibuat diimplementasikan pada media utama yaitu *graphic standard manual* yang juga berisi peta jalan merek dan pedoman penggunaan aset-aset visual dari rancangan *destination branding* Kampung Semanggi Surabaya. Selain *Graphic Standar Manual*, perancangan *destination branding* Kampung Semanggi Surabaya juga diimplementasikan pada berbagai media pendukung seperti kaos, *paperbag*, katalog, dan miniatur *signage*.

Kata Kunci: *Destination Branding*, Kampung Kendung, Kampung Semanggi Surabaya.

DESTINATION BRANDING DESIGN FOR KAMPUNG KENDUNG, SEMEMI URBAN VILLAGE, AS KAMPUNG SEMANGGI SURABAYA

Student Name : Ahmad Ridho Pamungkas

Student ID Number : 3031810002

Advisor : Rizky Noviasri, S.Sn., M.Ds

ABSTRACT

Kampung Kendung, Sememi Urban Village, is the birthplace of the iconic Surabaya food, Semanggi or Pecel Semanggi. The area is home to more than 100 pecel clover traders who are spread all over the city of Surabaya. Apart from that, in Kampung Kendung, Sememi Village, there is also a creative community from local residents as a result of guidance from several CSR programs in that place. The local community develops a variety of culinary delights using ingredients from clover leaves such as clover cakes, clover cakes, clover cireng, clover cakes, clover nuggets and clover mud cakes. At the time this research was made Kendung Village, Sememi Village did not yet have branding that could develop the potential that existed in that place.

Therefore the author conducted research that aims to design destination branding for Kampung Kendung, Sememi Urban Village using the method from Ayyub Sukmaraga journal which was developed from the branding theory created by Mike Mosser in the book United We Brand by creating Brand Core Values, Brand Core Messages, Core Personality Brands, Brand Core Icons and Brand Roadmaps with a data search method developed by Didiet Sawardikoen by searching for Maker Aspects, Image Aspects and Audience Aspects in his book with the title Metodologi Penelitian DKV.

The destination branding design that was created was implemented in the main media, namely a graphic standard manual which also contains brand roadmaps and guidelines for the use of visual assets from the design of destination branding in Kampung Semanggi Surabaya. In addition to the Graphic Standard Manual, destination branding design is also implemented in various supporting media such as t-shirts, paper bags, catalogs, and miniature signage.

***Keyword**: Destination Branding, Kampung Kendung, Kampung Semanggi Surabaya.*