
Inovasi Branding bagi Kampung Tembalangan Kota Malang melalui Media Komunikasi Visual

Mahendra Wibawa^{1*}, Nira Radita², Rahmat Kurniawan³, Achmad Zakiy Ramadhan⁴, Adita Ayu Kusumasari⁵

^{1,3,4,5}*Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia, Desain Komunikasi Visual, Malang, Jawa Timur Indonesia*

²*Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia, Teknik Informatika, Malang, Jawa Timur, Indonesia*

Informasi Artikel

Diterima: 01-04-2023
Direvisi: 15-04-2023
Diterbitkan: 30-04-2023

Kata Kunci

Kampung Tembalangan; Komponen Branding; Logo; Typeface; Maskot; Film Dokumenter

***Email Korespondensi:**
mahendra@stiki.ac.id

Abstrak

Wilayah perkampungan saat ini telah bertransformasi menjadi ruang publik yang hangat dan ramah. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran akan lingkungan yang nyaman telah meningkat dan membuka peluang untuk meningkatkan nilai ekonomis wilayah melalui event tahunan sebagai aktivasi branding. Kampung Tembalangan merupakan salah satu wilayah perkampungan di kota Malang yang memiliki frekuensi kegiatan kemasyarakatan yang cukup sering, seperti serta terlihat aktif menerapkan penataan wilayah secara swadaya dengan semangat gotong royong. Proses perancangan komponen branding dilakukan secara bertahap yang diintegrasikan dengan matakuliah serta Tugas Akhir mahasiswa dan telah menghasilkan 4 karya inovatif media komunikasi visual. Keempat media yang berfungsi sebagai komponen branding ini telah diserahkan kepada Kampung Tembalangan secara bertahap untuk selanjutnya diaktivasi melalui kegiatan branding.

1. Pendahuluan

Urbanisasi di kota-kota besar dan berkembang berdampak pada meningkatnya jumlah penduduk. Wilayah perkampungan yang dekat dengan pusat perekonomian dan kampus biasanya menjadi pilihan bagi para pendatang untuk bermukim. Hal ini memicu padatnya jumlah penduduk yang tinggal di wilayah perkampungan dan tidak jarang memunculkan kesan kumuh (Pasya 2016).

Wilayah perkampungan saat ini tidak lagi hanya dipandang sebagai tempat pemukiman padat penduduk, namun menjadi ruang publik yang hangat dan ramah untuk dikunjungi oleh semua orang. Kesadaran untuk menciptakan lingkungan tempat tinggal yang nyaman dan layak meningkat dan berbanding lurus dengan bertumbuhnya tingkat literasi masyarakat. Hal tersebut berdampak pada peluang untuk meningkatkan nilai ekonomis melalui berbagai potensi yang sudah dimiliki wilayah perkampungan tersebut, atau bahkan memunculkan event tahunan secara berkala sebagai bentuk aktivasi branding untuk menarik kehadiran masyarakat. Beberapa wilayah perkampungan lainnya di kota Malang sudah giat melaksanakan aktivasi branding melalui event tahunan di antaranya adalah Kampung Glintung (Utami 2017) (Yuliyanti dan Priyanto

2019), Kampung Warna-Warni Jodipan (Amanda dan Agfianto 2021) dan Kampung Cempluk (Suryani 2023). Ketiga kampung tersebut tergabung dalam sebuah organisasi Jaringan Kampung Nusantara (Budianta 2022).

Kampung Tembalangan merupakan salah satu pemukiman yang lokasinya cukup strategis di kota Malang karena berdekatan dengan wilayah kampus dan pusat keramaian sehingga jumlah penduduknya juga tercatat cukup padat dihuni tidak hanya oleh penduduk asli Tembalangan, namun juga mahasiswa dan para pekerja yang indekos di wilayah tersebut. Kampung Tembalangan sebenarnya merupakan sebuah wilayah yang terbagi di dalam dua wilayah kelurahan di kota Malang yakni kelurahan Jatimulyo yang merupakan bagian dari Kecamatan Lowokwaru dan Samaan yang dimiliki oleh Kecamatan Klojen (Zain 2017).

Kampung Tembalangan, khususnya yang berada di daerah kelurahan Jatimulyo yang tepatnya berada di sekitar jalan kumis kucing terkenal memiliki frekuensi kegiatan kemasyarakatan yang cukup sering. Masyarakat yang bertempat tinggal di bantaran sungai Brantas ini memiliki agenda rutin Jumat Legian yang menghadirkan seluruh warga baik tua maupun muda, asli maupun pendatang. Melalui pendekatan dan cara yang unik, Jumat Legian menjadi acara yang selalu dinantikan selain kegiatan kemasyarakatan lainnya.

Penataan wilayah untuk menciptakan kenyamanan dan citra lingkungan yang baik dilaksanakan secara swadaya dengan semangat gotong royong. Untuk mewujudkan kampung yang bersih dan nyaman, kebijakan pengambilan sampah warga dilakukan pada malam hari sehingga saat pagi hari jalanan kampung sudah terlihat bersih tanpa sampah (Prabowo 2021).

Aktivitas warga kampung Tembalangan yang sangat dinamis ini juga dilatar belakangi dengan kepercayaan bahwa Tembalangan memiliki keterkaitan erat dengan sebuah wilayah yang disebut dengan nama Temwlang yang tertera pada prasasti Turyan (Zain 2017). Hal ini membuat kampung Tembalangan memiliki dasar yang kuat untuk diperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas. Hal inilah yang kemudian menjadi dasar dilaksanakannya rangkaian fasilitasi perancangan branding bagi Kampung Tembalangan sejak tahun 2019 dan masih berjalan hingga tahun 2023. Inovasi branding melalui media komunikasi visual ini nantinya diharapkan mampu membantu terwujudnya citra kampung Tembalangan yang layak dikunjungi sebagai sebuah destinasi yang *memorable*.

2. Metode

Fasilitasi perancangan branding ini dilaksanakan sejak tahun 2019 secara bertahap. Secara umum metode yang digunakan adalah *Design Thinking*, meski dalam beberapa kegiatan perancangan harus menggunakan metode lain yang lebih sesuai. Adapun secara umum langkah-langkah yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

2.1. Penggalan data

Tahapan penggalan data merupakan upaya yang dilakukan untuk dapat menemukan dan memahami fakta-fakta yang diperlukan untuk dapat menghasilkan konsep branding yang sesuai dengan karakteristik kampung Tembalangan. Langkah-langkah yang diambil pada tahap ini antara lain wawancara, observasi dan juga *focuss group discussion* (FGD).

2.2. Penentuan Konsep

Berdasarkan data yang sudah didapatkan pada tahap penggalan data, maka penentuan konsep dilaksanakan melalui metode curah pendapat atau *brainstorming*. Hal ini dilakukan agar didapatkan ide-ide yang unik namun tetap relevan dengan karakteristik yang dimiliki oleh kampung Tembalangan.

2.3. Perancangan

Aktivitas perancangan dilaksanakan setelah ide dasar dan konsep sudah disepakati dan divalidasi melalui kegiatan FGD bersama perwakilan warga Tembalangan. Secara teknis, kegiatan perancangan dapat terlaksana secara berbeda-beda tergantung dengan apa yang akan dihasilkan.

2.4. Uji Coba

Uji coba dilaksanakan untuk mengetahui kesesuaian produk rancangan dengan konsep yang sudah dibuat. Dalam kegiatan ini metode uji coba yang dilakukan secara umum menggunakan metode validasi hasil karya desain dengan para tokoh dan *stakeholder* di kampung Tembalangan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan ini diawali dari matakuliah branding tempat yang menggunakan metode *project based learning*. Kampung Tembalangan merupakan salah satu wilayah sasaran yang sudah ditentukan. Kelompok mahasiswa yang ditugaskan melakukan pengambilan data di lapangan melalui wawancara terhadap tokoh-tokoh di kampung Tembalangan dan observasi langsung pada kondisi perkampungan, dan seluruh kegiatan masyarakat yang ada. Kegiatan yang berlangsung selama 1 semester ini kemudian dilanjutkan dan dikembangkan dalam beberapa topik Tugas Akhir mahasiswa.

Melalui rangkaian kegiatan yang sudah disampaikan di atas, dihasilkan beberapa komponen visual branding tempat yang telah dirancang secara bertahap sebagai berikut:

3.1. Logogram Kampung Tembalangan

Logogram dirancang secara konseptual untuk mewakili aspek spirit dan karakteristik kampung Tembalangan. Dalam *logogram* ini terlihat bahwa bagian atas logo merupakan bentuk penyederhanaan dari iket kepala khas Jawa atau yang biasa disebut dengan nama *udheng*. Secara keseluruhan *logogram* tersebut juga terdiri atas 3 elemen yang berbentuk mirip dengan aliran air yang merupakan representasi bahwa kampung Tembalangan terletak dekat dengan aliran sungai Brantas, dan memiliki 3 titik sumber air yang telah lama menghidupi warga sekitar.



Gambar 1. Konsep Logogram Kampung Tembalangan.

Logogram ini merupakan salah satu karya yang dihasilkan pada matakuliah Branding Tempat di prodi DKV STIKI Malang melalui metode *Project Based Learning*.

3.2. Typeface Kampung Tembalangan

Typeface "Tembalangan" ini merupakan produk dari Tugas Akhir mahasiswa prodi DKV STIKI Malang. *Typeface* yang dirancang didasarkan pada berbagai macam aspek yang dimiliki oleh kampung Tembalangan ini dibuat dengan ide dasar aksara Jawa. Aspek- aspek yang dimaksud antara lain adalah terkait dengan posisi Kampung Tembalangan terhadap sungai Brantas.

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
01234 56789 .,:;'"()-/

Gambar 2. Typeface Tembalangan yang dirancang melalui Tugas Akhir Mahasiswa

Secara praktis, *typeface* Tembalangan ini dimanfaatkan juga sebaga elemen *logotype* untuk melengkapi *logogram* yang sudah dirancang sebelumnya. Ketika *logogram* dan *logotype* sudah menjadi kesatuan, maka harapannya identitas visual kampung tembalangan cukup kuat dan mudah dikenali oleh masyarakat. Hal tersebut akan mempermudah langkah branding kampung Tembalangan.



Gambar 3. Implementasi typeface Tembalangan sebagai Logotype

3.3. Maskot Kampung Tembalangan

Maskot kampung Tembalangan yang juga merupakan produk Tugas Akhir mahasiswa prodi DKV STIKI Malang ini diberi nama "Banagari". Digambarkan berwujud naga air dengan wajah lucu dan menggemaskan berwarna biru.



Gambar 4. Banagari, Maskot Kampung Tembalangan yang berwujud naga air

Banagari diharapkan mampu menjadi *brand ambassador* dari kampung Tembalangan yang dapat memperkuat citra kampung Tembalangan sebagai sebuah perkampungan yang sangat menjunjung tinggi sejarah dan budaya yang dimilikinya.

3.4. Film Dokumenter Kampung Tembalangan

Film dokumenter yang menceritakan tentang kampung Tembalangan yang berjudul "Harmoni Tembalangan" ini juga merupakan produk Tugas Akhir mahasiswa prodi DKV STIKI Malang yang dibuat untuk meningkatkan *awareness* terhadap kampung Tembalangan. Dengan adanya film dokumenter ini, maka kisah tentang kampung Tembalangan dapat terdokumentasi dengan baik dan dieskalasi menjadi *brand story* yang positif.



Gambar 5. Poster Film Dokumenter "Harmoni Tembalangan".

Keempat komponen yang sudah dijelaskan diatas kemudian diserahkan kepada Kampung Tembalangan secara bertahap sesuai dengan periode perancangannya. Kegiatan rutin Kampung Tembalangan "Jumat Legian" menjadi waktu yang dianggap paling tepat untuk melakukan serah terima produk inovatif tersebut karena dalam kegiatan ini prosesnya menjadi sebuah seremoni yang langsung disaksikan oleh seluruh warga Tembalangan.



Gambar 6. Dokumentasi Penyerahan Typeface dan Maskot Kampung Tembalangan dalam acara Jumat Legian.

4. Kesimpulan

Seluruh komponen yang sudah di desain untuk keperluan branding Kampung Tembalangan ini telah diserahkan untuk dipergunakan sesuai dengan kebutuhan Kampung Tembalangan (Irma 2022). Meskipun demikian, sangat disadari oleh tim pengabdian masyarakat ini bahwa untuk mengimplementasikan komponen-komponen tersebut bukan hal yang mudah dilakukan oleh masyarakat Kampung Tembalangan. Oleh karena itu fasilitasi, pendampingan dan pelatihan juga dipertimbangkan sebagai kegiatan lanjutan.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada laboratorium riset Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia dan seluruh mahasiswa DKV dan masyarakat kampung Tembalangan kota Malang atas terlaksananya kegiatan ini dengan lancar.

6. Referensi

- Amanda, Tiara Estu, dan Tomi Agfianto. 2021. "The Corporate Social Responsibility (CSR) Model of PT INDANA in Jodipan Tourism Village Kampung Warna Warni." *Jurnal Pengembangan Kota* 9(1):26–35.
- Budianta, Melani. 2022. "Lambung Commoning." *UNITAS 100: Where Scholarship Stands the Test of Time* 95(2):348.
- Irma. 2022. "Serah Terima Maskot dan Font Kampung Tembalangan oleh Prodi DKV STIKI Malang." *Timesindonesia.co.id*. Diambil 14 Juli 2023 (<https://timesindonesia.co.id/indonesia-positif/400861/serah-terima-maskot-dan-font-kampung-tembalangan-oleh-prodi-dkv-stiki-malang>).
- Pasya, Gurniwan Kamil. 2016. "Permukiman penduduk perkotaan." *Jurnal Geografi Gea* 12(2).
- Prabowo, Hayu Yudha. 2021. "Kampung Tembalangan, Kampung Tanpa Tempat Sampah di Kota Malang Artikel ini telah tayang di SuryaMalang.com dengan judul Kampung Tembalangan, Kampung Tanpa Tempat Sampah di Kota Malang, <https://suryamalang.tribunnews.com/2021/10/15/kampung-tembalangan-kam>." *suryamalang.tribunnews.com*. Diambil 14 Juli 2023 (<https://suryamalang.tribunnews.com/2021/10/15/kampung-tembalangan-kampung-tanpa-tempat-sampah-di-kota-malang>).
- Suryani, Leny. 2023. "MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN FESTIVAL BUDAYA YANG BERKELANJUTAN (STUDI KASUS FESTIVAL KAMPUNG CEMPLUK)." *Jurnal Ilmiah Global Education* 4(2):842–53.
- Utami, Ima Hidayati. 2017. "Strategi penguatan kampung glintung go green (3g) sebagai destination branding obyek wisata edukasi di malang." *Jurnal Administrasi dan Bisnis* 11(1):97–106.

Yuliyanti, Tri, dan Eddy Priyanto. 2019. "MODEL PROSES INOVASI PEMBANGUNAN KAMPUNG GLINTUNG KOTA MALANG." *DIA: Jurnal Administrasi Publik* 17(2):1-10.

Zain, Ikrom. 2017. "Melacak Misteri Pusat Kuasa Mpu Sindok di Tembalangan Malang." *ikromzain.com*. Diambil 14 Juli 2023 (<https://www.ikromzain.com/2017/10/melacak-misteri-pusat-kuasa-mpu-sindok.html>).