

## ABSTRAK

Perkembangan kota-kota di Indonesia tidak terlepas dari nilai-nilai sejarah yang telah terbentuk jauh sebelum masa kemerdekaan sehingga turut membentuk struktur dan morfologi perkotaan Indonesia saat ini. Nilai-nilai sejarah tersebut terus bertahan dan berkembang hingga menghasilkan berbagai warisan budaya yang berfungsi sebagai identitas dan jati diri masyarakat sehingga perlu dijaga dan dilestarikan keberadaannya. Namun, pesatnya globalisasi dan modernisasi menghadirkan tantangan bagi keberlangsungan identitas lokal yang melekat pada suatu kawasan. Upaya penguatan identitas lokal melalui branding kawasan yang berbasis pada potensi dan karakteristik lokal menjadi salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk menjaga keberlanjutan nilai-nilai tersebut. Kota Surakarta dikenal sebagai kota budaya yang memiliki berbagai warisan kebudayaan Jawa, baik bersifat fisik maupun nonfisik yang tersebar pada berbagai kawasan permukiman, salah satunya Kampung Blangkon Potrojayan yang berkembang sebagai sentra kerajinan blangkon sejak tahun 1960. Meskipun memiliki potensi budaya yang khas, identitas Kampung Blangkon Potrojayan sebagai sentra kerajinan blangkon belum dikenal secara luas oleh masyarakat luar sehingga diperlukan upaya penguatan identitas lokal melalui branding kawasan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penguatan identitas lokal melalui branding kawasan di Kampung Blangkon Potrojayan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif dan *Importance-Performance Analysis (IPA)*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 95 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis dilakukan berdasarkan konsep strategi branding oleh Gelder (2005) yang meliputi *brand personality*, *brand positioning*, dan *brand identifiers* serta konsep *destination brand equity* oleh Aaker (1991) yang meliputi *destination brand awareness*, *destination brand image*, *destination brand perceived quality*, dan *destination brand loyalty*. Selain itu, identifikasi identitas lokal dilakukan berdasarkan aspek fisik, sosial, sensoris, dan memori sebagai dasar dalam memahami identitas lokal Kampung Blangkon Potrojayan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa identitas lokal Kampung Blangkon Potrojayan terbentuk melalui aspek fisik, sosial, sensoris, dan memori, dengan aspek fisik sebagai identitas yang paling dominan. Identitas tersebut tercermin melalui keberadaan produk blangkon, aktivitas produksi yang masih berlangsung secara turun-temurun, serta kondisi fisik lingkungan yang merepresentasikan Kampung Blangkon Potrojayan sebagai sentra kerajinan blangkon di Kota Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan identitas lokal dapat diwujudkan melalui branding kawasan yang memperkuat karakter kawasan sebagai sentra kerajinan blangkon, meningkatkan citra kawasan, mempertegas posisi kawasan sebagai destinasi budaya berbasis kerajinan tradisional, serta mendukung keberlanjutan aktivitas budaya yang masih hidup dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (*living heritage*). Namun demikian, efektivitas branding kawasan masih belum optimal pada beberapa aspek. Hasil *Importance-Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa prioritas utama penguatan identitas lokal berada pada atribut Kuadran I yang meliputi pengembangan identitas visual kawasan, peningkatan daya tarik kawasan, pengoptimalan kelembagaan Paguyuban dan Koperasi Maju Utomo, serta penguatan pengalaman ruang pengunjung. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penguatan identitas lokal di Kampung Blangkon Potrojayan tidak hanya bergantung pada keberadaan potensi budaya yang dimiliki, tetapi juga pada pengelolaan branding kawasan yang mampu memperkuat citra, keterkenalan, pengalaman pengunjung, dan keberlanjutan budaya lokal secara terintegrasi. Dengan demikian, branding kawasan berperan sebagai instrumen penting dalam memperkuat identitas Kampung Blangkon Potrojayan sebagai sentra kerajinan blangkon dan kawasan budaya yang berkelanjutan di Kota Surakarta.

**Kata Kunci:** Branding Kawasan, Identitas Lokal, Kampung Blangkon Potrojayan