

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pokok dari suatu kota salah satunya adalah merek *Brand* yang dimiliki dari sebuah kota yang terdapat dalam benak masyarakat. Brand dapat membentuk citra kota tersebut dimata dunia dan menjadi ciri suatu kota tersebut serta menarik minat target pasar terhadap potensi yang dimiliki kota tersebut. Potensi yang dapat menjadi penunjang merek suatu kota terdapat pada budaya, kesenian, wisata, maupun kulinernya.

Untuk membentuk brand, tentunya diperlukannya sebuah upaya yang biasa disebut dengan istilah City Branding. Yang biasa dilakukan oleh kota maupun kabupaten berkembang untuk memperkenalkan potensi kotanya terhadap masyarakat, apa dan bagaimana, serta aspek komunikasi yang digunakan sebagai upaya membentuk citra sebuah kota dimata publik. City branding juga merupakan tanggung jawab serta kolaborasi dari berbagai pihak yang berperan aktif serta terkait dengan kota tersebut. Keberhasilan dalam upaya ini tentunya juga terletak pada kesungguhan dan konsistensi berbagai pihak dalam pengelolaannya.

Oleh sebab itu, City Branding selalu dilakukan oleh setiap kota kecil maupun besar untuk memperkenalkan potensi kotanya terhadap publik dengan melibatkan pula beberapa elemen yang berperan penting dalam pelaksanaannya. Karena dalam branding ini yang diutamakan adalah memfungsikan seluruh potensi kota yang ada agar lebih berfungsi dan bernilai untuk masyarakatnya serta untuk pemerintahnya. Hal ini merupakan langkah penting dalam mewujudkan pariwisata kota yang maju. Karena dengan dikenalnya suatu kota tersebut di benak masyarakat secara luas maka akan menarik pengunjung maupun investor terhadap kota tersebut.

Indonesia dikenal sebagai Negara yang mempunyai bermacam-macam suku dan kebudayaan. Setiap daerah di Indonesia memiliki adat serta kebudayaan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Perbedaan adat dan kebudayaan yang paling menonjol salah satunya adalah adat pernikahan. Setiap daerah memiliki pakem adat pernikahan sendiri yang tentunya sangat berbeda dengan yang lainnya, mulai dari jenis riasan, pakaian adat, hingga prosesi pernikahannya. Kali ini penulis akan melakukan pembahasan mengenai adat pernikahan yang ada di Jawa Timur tepatnya adalah Ponorogo, Kabupaten di Jawa Timur yang dikenal dengan kesenian adatnya yaitu Reyog Ponorogo. Brand Ponorogo yang kini sudah mendunia adalah kesenian Reyog Ponorogo. Reyog merupakan kesenian asli Indonesia yang sudah mendunia, terlebih setelah klaim yang dilakukan Malaysia terhadapnya, kesenian Reog semakin eksis dimata dunia. Sudah tertanam di benak masyarakat bila mendengar Ponorogo pasti identik dengan Reyog. Selain itu, Ponorogo juga dikenal dengan situs sejarahnya. Mulai dari sejarah religi, Ponorogo memiliki situs makam Batoro Katong dan Masjid Tegal Sari yang juga merupakan situs bersejarah yang memiliki pengunjung hingga luar daerah. Adapun sejarah masyarakatnya hingga membentuk sebuah kesenian yang disebut Reyog tersebut.

Dalam pelaksanaannya, city branding tentunya melibatkan pihak yang berperan aktif serta elemen elemen yang mampu menunjang brand tersebut. Sebelumnya, Ponorogo sudah memiliki Reyog yang sekarang sudah menjadi Brand yang tertanam di benak masyarakat. Dalam upayanya, setiap tahunnya ponorogo selalu menggelar Festival Reyog Nasional(FRN). Yang melibatkan peserta dari berbagai daerah bahkan kota-kota besar. Kesenian ini dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dalam maupun luar daerah, sehingga ketertarikan partisipan sangatlah tinggi. Bahkan Reyog ini juga merupakan salahsatu kesenian yang

dibanggakan di Indonesia. Kedua, Ponorogo memiliki Ngebel. Yaitu salah satu objek wisata alam yang dimiliki Ponorogo yang juga sangat terkenal dengan cita rasa durian khasnya. Banyak wisata yang datang dari berbagai daerah pada saat musim panen hanya untuk merasakan cita rasa durian yang konon berbeda dengan lainnya. Ngebel juga terkenal dengan telaganya yang sangat luas, menurut sejarah Telaga Ngebel adalah 3 desa yang tenggelam. Sehingga sampai pada saat ini ritual seperti larung sesaji masih dilakukan dan dipercayai oleh warga sekitar dan masyarakat khususnya Ponorogo. Ketiga, Ponorogo juga terkenal dengan kulinernya yang salah satu paling legendaris adalah sate ayam. Sate ayam Ponorogo juga sudah sangat terkenal, terdapat pula sebuah kampung yang sebagian besar penduduknya adalah pengusaha sate ayam khas Ponorogo. Hampir seluruh wisatawan yang berkunjung ke Ponorogo pasti menyempatkan untuk singgah untuk mencicipi kuliner satu ini. Dan yang terakhir, baru-baru ini Ponorogo sedang berupaya untuk mengangkat suatu adat pernikahan yang sebenarnya sudah ada sejak lama yang mana justru jarang diketahui oleh masyarakatnya. Adat ini disebut adat pernikahan *ponoragan*. Yang mana adat pernikahan *ponoragan* memiliki ciri dan penampilan yang berbeda dengan daerah lain. Sedangkan dari segi prosesi adat pernikahannya tidak jauh berbeda dengan daerah Jawa lainnya, bedanya jika di daerah Jawa Tengah lebih cenderung menggunakan iringan gending-gending Jawa maka di Ponorogo lebih menggunakan iringan gamelan reyog-an.

Pernikahan merupakan suatu acara sakral yang pasti terjadi kepada setiap manusia. Terlebih di daerah yang masih kental akan tradisi seperti yang terjadi di daerah Kabupaten Ponorogo ini. Adat yang sebenarnya dimiliki oleh Ponorogo ini baru dihidupkan kembali dan di bakukan secara resmi di Pendopo Agung Kabupaten Ponorogo pada 19 April. Yang mana beberapa bulan setelah pembakuan yang

tepatnya di bulan September 2017 adat Ponorogan ini digunakan Bupati Ponorogo untuk menikahkan putrinya. Hal ini merupakan bentuk dukungan Bupati Ipong dalam melestarikan serta menambah keberagaman budaya Ponorogo yang nantinya akan menjadi icon tersendiri bagi Kabupaten Ponorogo. Selain Bupati Ponorogo, media juga sangat menunjang branding adat pengantin Ponoragan ini kepada masyarakat luas. Mengingat pernikahan putri Bupati yang tidak biasa ini sangat mencuri perhatian publik. Sehingga tidak heran jika sangat banyak media lokal maupun nasional yang ikut serta dalam peliputan pernikahan ini.

Partisipasi banyak pihak merupakan point penting dalam mengembangkan sector pariwisata, itamanya di Kabupaten Ponorogo. Pihak tersebut juga harus memiliki peran aktif dalam mengembangkan dan memasarkan destinasi wisata serta budaya yang dimiliki daerah tersebut, salah satu pihak yang bersangkutan adalah Yayasan ahli perias seluruh Kabupaten Ponorogo yang tergabung dalam Himpunan Ahli Perias Pengantin Indonesia (Harpi). Serta dukungan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo yang juga berperan penting dalam pengembangan Pariwisata seperti yang tertuang pada Peraturan Bupati Ponorogo Tahun 2016, dalam melaksanakan tugas dan fungsi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan (3). Dinas Pariwisata mempunyai kewenangan pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif , pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar. Jadi peran pihak pemerintah utamanya Dinas Pariwisata sangatlah penting dalam memperkenalkan serta membudayakan adat tersebut.

Pada hakekatnya pembangunan di sektor kepariwisataan masih sama dengan sector lainnya yang melibatkan pemangku kepentingan dalam pelaksanaannya. Tiga pemangku kepentingan di sector kepariwisataan ini meliputi Pemerintah, Swasta, dan

Masyarakat yang berperan sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Pembangunan yang dikelola dengan baik tentu sangat baik untuk membentuk sebuah citra suatu daerah untuk menunjang brand daerah tersebut. Brand suatu daerah dapat dipandang sebagai ciri daerah tertentu, seperti halnya potensi wisata maupun budaya.

Jika pembangunan telah dilakukan, maka tahap selanjutnya yaitu pengembangan potensi pariwisata sebagai salahsatu langkah membentuk Brand. Suatu Brand yang dikelola dengan baik maka akan membantu ciri yang dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat. Sehingga secara otomatis akan mengundang simpati masyarakat terhadap Brand tersebut. Identitas ataupun merk(Brand) Kabupaten Ponorogo yang sudah dikenal hingga mancanegara adalah Reyog Ponorogo. Namun tidak menutup kemungkinan dengan adanya adat yang akan dikembangkan lagi seperti adat pernikahan ini juga akan menjadi salah satu Brand baru yang akan dimiliki Kabupaten Ponorogo. Seperti halnya adat pernikahan yang dimiliki Solo dan Yogya.

Upaya pembakuan adat pengantin ponoragan sebagai salah satu tradisi budaya asli dari Ponorogo ini sebenarnya sudah dilakukan selama 4 tahun yang lalu. Budayawan serta Himpunan Ahli Rias Pengantin (Harpi) Melati Indonesia membakukan upacara adat serta riasan pengantin khas Ponoragan secara resmi pada Rabu, 19 April 2017 di Pendapa Pemkab Ponorogo. Dengan ini, ponorogo memiliki panduan baku prosesi adat dan riasan busana pengantin ponoragan. Setelah perjalanan panjang mulai dari pelatihan, perumusan, workshop, hingga pembakuan dilaksanakan. Selain hanya pematankan, ahli perias pengantin yang tergabung dalam Harpi yang ada di Ponorogo juga bermaksud merekomendasikan riasan ini kepada calon pengantin guna mendorong keberhasilan eksistensi adat pengantin Ponoragan tersebut.

Pakem riasan pengantin ponoragan ini sebenarnya sudah ada sejak lama dan merupakan budaya peninggalan nenek moyang. Namun justru tidak diketahui dan diminati oleh masyarakat pada umumnya. Masyarakat ponorogo lebih sering menggunakan adat pernikahan Solo dan Jogja dalam upacara pernikahannya, sedangkan iring-iringan rombongan pengantin tak jarang yang menggunakan tarian serta pasukan reog. Hal ini dikarenakan memang adat ini sangat asing bagi masyarakat terutama generasi 80-90an. Sebagian besar dari warga ponorogo tidak mengetahui secara jelas pakem adat pernikahan ponoragan yang sebenarnya.

Adat pengantin Ponoragan tidak kalah bagusya dengan adat Jawa lainnya. Justru pada pakaian adat pengantin ponoragan ini menggunakan pernak pernik lebih banyak yang menggambarkan watak, jiwa, dan perilaku warga Ponorogo. Perbedaan yang sangat menonjol dibandingkan dengan adat Jawa Solo dan Jogja adalah kedua mempelai pengantin tidak menggunakan bawahan jarik, melainkan celana yang menggambarkan kedua mempelai harus aktif dan dinamis. Oleh karena itu, dengan diadakannya pembakuan adat pengantin ponoragan yang juga begitu mewah ini diharapkan dengan berjalannya waktu masyarakat Ponorogo dapat menggunakan serta melestarikan adat Pengantin Ponoragan ini setelah diadakannya pembakuan. Karena sebelumnya, antusias warga Ponorogo terhadap Ponoragan sangatlah tinggi, hanya saja mereka tidak memiliki panduan baku dalam menerapkannya.

Hal inilah yang mendorong keingintahuan penulis dalam penelitian ini. Penulis ingin mengetahui sejauh mana city branding kabupaten ponorogo terhadap potensi yang dimiliki ponorogo dengan elemen penunjang yang telah ada. Serta sejauh mana adat pengantin ponoragan ini diangkat sebagai salah satu elemen penunjang city branding kabupaten Ponorogo.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana citra adat pengantin Ponoragan sebagai strategi branding kabupaten Ponorogo?

## **C. Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis citra adat pengantin Ponoragan sebagai strategi branding Kabupaten Ponorogo.

## **D. Manfaat**

### ➤ Manfaat akademis

Manfaat akademis yang diharapkan adalah hasil penulisan dapat dijadikan acuan untuk tetap melestarikan budaya local guna memperkaya keberagaman budaya. Serta diharapkan agar hasil penulisan dapat pula dijadikan referensi bagi generasi yang ingin melakukan kajian di bidang yang sama.

### ➤ Manfaat praktis

Bagi penulis, diharapkan hasil dan segala proses yang telah dilalui menjadikan pengalaman dan juga menambah wawasan sekaligus pengetahuan empiric mengenai sebuah adat sebagai branding Kabupaten Ponorogo.

