

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini branding sangat diperlukan dalam proses mengenalkan sebuah produk atau merek. Branding tidak hanya diperlukan untuk mengenalkan sebuah produk namun juga berfungsi untuk membangun dan membesarkan sebuah merek agar lebih dikenal oleh masyarakat atau juga untuk membentuk opini publik. Pentingnya sebuah brand dalam sebuah perusahaan, membuat banyak instansi atau perusahaan berbondong-bondong menciptakan sebuah branding dengan slogan yang unik yang tujuannya agar lebih mudah diingat dan dikenali oleh masyarakatnya. Tidak hanya dengan slogan namun sebuah perusahaan juga dapat menciptakan sebuah branding yang positif lewat pelayanan yang mereka berikan terhadap masyarakat atau dengan kata lain sebuah perusahaan dapat menjalin dan mengembangkan hubungannya dengan masyarakat guna dalam meningkatkan citra perusahaannya.

Branding sangat erat kaitannya dengan citra. Karna jika sebuah branding dari suatu merek yang dilakukan berhasil atau sukses maka dapat menciptakan tanggapan positif dari masyarakat. Tanggapan yang positif akan menciptakan dan meningkatkan sebuah citra dari perusahaan atau

merek tersebut. Namun jika sebuah branding mengalami kegagalan atau tidak sukses dalam prosesnya maka pesan yang ingin disampaikan tidak tersampaikan dengan sukses. Branding saat ini tidak hanya diterapkan pada sebuah instansi ataupun perusahaan saja, namun saat ini branding juga diterapkan dalam konteks sebuah kota ataupun kabupaten. Hal itu dikarenakan penerapan sebuah branding dalam sebuah kota atau kabupaten dapat menarik dan mendatangkan wisatawan dan investor dalam sebuah kota tersebut. Lewat sebuah branding yang dibangun oleh sebuah kota dapat menciptakan rasa penasaran masyarakat karena ciri khas yang dimiliki suatu daerah. Karena Fungsi dari adanya branding adalah untuk memberikan pembeda atau ciri khas pada suatu merek agar merek yang dibranding dapat melekat pada masyarakat. Jenis jenis branding pun tidak hanya berfokus pada product branding saja namun sebenarnya jenis jenis branding sangat beragam mulai dari product branding, personal branding, corporate branding, geographic branding, ataupun cultural branding. Beragamnya jenis jenis branding yang ada, membuat berbagai instansi atau perusahaan untuk membuat ide yang kreatif bagaimana cara mereka untuk mengenalkan suatu potensi yang dimiliki dalam sebuah produk. Misalnya lewat cultural branding sebuah instansi dapat mengembangkan dan mengenalkan potensi mengenai lingkungan dan orang orang dari lokasi tertentu.

Kabupaten Madiun merupakan salah satu daerah yang saat ini sedang gencar gencarnya mengembangkan potensi daerahnya dengan cara

melihat potensi budaya yang ada.. Kabupaten Madiun merupakan sebuah kabupaten yang terletak di timur provinsi Jawa Timur. Pada awal mulanya pemerintahan Kabupaten Madiun terletak di Kota Madiun. Namun pada tahun 2014 terjadi perubahan dan perpindahan pusat pemerintahan Kabupaten Madiun yang awalnya berlokasi di Kota Madiun berpindah ke wilayah Kabupaten Madiun yaitu Kota Caruban. Adanya perpindahan ibukota Kabupaten Madiun ke sebuah lokasi baru mengharuskan pemerintah untuk memperkenalkan ibukota kabupaten yang baru kepada masyarakat agar mudah diingat dan dikenali. Proses pengenalan ibukota baru ini dimulai dari perencanaan, survey atau observasi, lalu pembuatan sebuah brand khusus yang dimiliki oleh Kabupaten Madiun.

Salah satu upaya atau aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Madiun melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan ibukota kabupaten yang baru adalah dengan cara mengangkat budaya bela diri pencak silat. Selain dikenal dengan pecelnya, Kabupaten Madiun juga terkenal akan seni bela dirinya yang terbukti dari banyaknya perguruan silat yang ada di daerah ini. Dari adanya sebuah budaya pencak silat tersebut pasti didalamnya terdapat sebuah nilai sejarah ataupun tradisi yang dapat diangkat untuk menjadi potensi atau daya tarik dari Kabupaten Madiun. Contohnya seperti adanya kegiatan suran agung yang sering dilakukan setiap bulan suro datang. Berbagai pesilat dari daerah atau luar daerah Madiun akan datang dan melakukan kegiatannya di Kabupaten Madiun. Ditambah lagi banyaknya padepokan padepokan

besar yang menjadi pusat sekretariat ataupun pusat informasi dari suatu perguruan silat. Melihat adanya potensi besar pada segi budaya tersebut saat ini pemerintah Kabupaten Madiun melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dengan giat mempromosikan pencak silat agar dikenal oleh masyarakat dan ingin menanamkan opini publik bahwa sebenarnya Kabupaten Madiun merupakan pusatnya pencak silat. Terlebih semenjak Kabupaten Madiun ditetapkan sebagai Kampung Pesilat Indonesia pada tahun 2018. Kabupaten Madiun mengangkat potensi pencak silat lewat branding “Kampung Pesilat”.

Dengan adanya branding Kabupaten Madiun sebagai kampung pesilat diharapkan dapat membawa dampak citra positif terhadap ibukota Kabupaten Madiun yang baru. Pengangkatan ini diambil karena di Kabupaten Madiun terdapat 14 perguruan silat. Pemilihan sebuah brand dalam suatu perusahaan ataupun instansi pasti sudah melalui sebuah proses terlebih dahulu karena sebuah brand dapat membawa dampak yang besar dalam sebuah perusahaan, baik itu dampak positif ataupun negatif. Kampung pesilat berfungsi sebagai untuk melahirkan budaya dan wisata baru untuk Kabupaten Madiun. Pemerintah Kabupaten Madiun melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga saat ini sedang berusaha keras untuk menghapus stigma negatif tentang pencak silat bahwa pencak silat itu mengerikan. Karena, sebelum adanya pengangkatan branding kampung pesilat. Madiun terkenal dengan pesilatnya yang anarkis, horor ataupun mengerikan. Madiun terkenal tentang perselisihan antara beberapa

perguruan silat, yang sering menimbulkan perkelahian. Fenomena tersebut dapat terlihat jelas ketika dalam acara suran agung dimana terdapat perguruan silat yang melakukan adu kekuatan di publik yang lebih tepatnya di jalanan yang terkadang menimbulkan korban luka ataupun korban meninggal dunia di lokasi kejadian. Tidak jarang antar perguruan melakukan aksi bentrok di jalanan yang membuat warga resah apalagi ketika suran agung jalan dipenuhi konvoi dari para anggota perguruan silat yang menyebabkan masyarakat takut dan enggan untuk keluar rumah. Tidak hanya terjadi bentrok antar perguruan silat namun juga seringkali terjadi bentrok antara perguruan silat dengan pihak kepolisian karna banyak pesilat yang menyebabkan kericuhan seperti melempari rumah warga ataupun warga yang sedang di pinggir jalan dengan batu yang seringkali membuat kerugian dan korban luka luka. Kejadian tersebutlah yang membuat opini masyarakat buruk tentang pesilat yang ada di Madiun selain itu juga opini tersebut membawa dampak buruk bahwa Kabupaten Madiun merupakan Kabupaten yang mengerikan dan tidak ramah dan damai. Branding Kabupaten Madiun sebagai kampung pesilat, selain untuk menghapus stigma negatif tentang pesilat juga berfungsi untuk menghapus stigma masyarakat tentang madiun adalah sarang PKI. Karena adanya peristiwa kejadian G30SPKI pada jaman dahulu membuat madiun dikenal sebagai sarang ataupun anak dari pimpinan PKI yaitu Musso. Pengangkatan kampung pesilat sebagai cultural branding Kabupaten Madiun merupakan sebuah langkah awal dan dukungan untuk

mengenalkan Kabupaten Madiun yang ramah dan bukan lagi merupakan Kabupaten yang mengerikan, tetapi merupakan kota pencetak dan pusatnya para pesilat

Dengan adanya latar belakang masalah tersebut penulis ingin meneliti bagaimana upaya dan gambaran cultural branding kampung pesilat Kabupaten Madiun yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya cultural branding Kampung Pesilat Kabupaten Madiun pada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cultural branding Kampung Pesilat yang diterapkan oleh Kabupaten Madiun melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun.

#### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat antara lain :

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pentingnya cultural branding dalam mengangkat potensi daerah sekaligus memperkenalkan suatu daerah
2. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi dan acuan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi institusi, penelitian ini dapat memberikan manfaat gambaran tentang pentingnya sebuah branding khususnya cultural branding dalam menarik *stakeholder*

