

CHAPTER 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di Indonesia olahraga menjadi hal penting bagi setiap masyarakat karena olahraga merupakan salah satu sarana dalam upaya meningkatkan kualitas diri manusia untuk tujuan meningkatkan kebugaran baik jasmani maupun rohani setiap manusia, untuk melakukan olahraga tidak perlu di tempat khusus yang memerlukan biaya yang mahal namun bisa dilakukan dimana saja untuk memperoleh kebugaran. Namun olahraga tidak hanya untuk kebugaran namun juga bisa untuk keberlangsungan hidup seseorang dan sebagai kebutuhan hidup.

Hudoyo (1999:25) mengemukakan olahraga sebagai kegiatan yang dilakukan tidak hanya di tempat-tempat khusus, namun dilakukan di tempat mana saja. Olahraga pada umumnya dilakukan untuk mendapatkan manfaat berupa kebugaran saja namun saat ini olahraga digunakan untuk mendapatkan keberlangsungan hidup (Nusufi, 2016, hal. 16).

Salah satu olahraga yang diminati adalah olahraga panahan yang menjadi olahraga tertua di dunia, namun keberadaannya pertama kali tidak ada yang tahu dari kapan anak panah dan busur di temukan. Bukti sejarah dapat kita temukan dari berbagai gambar jaman dahulu berupa gambar orang-orang berburu binatang dan sebagai alat untuk melindungi diri dari serangan musuh yang terdapat di goa-goa peninggalan sejarah sekitar 50.000 tahun lalu yang tentunya alat-alat tersebut masih sangat sederhana (Nusufi, 2016, hal. 12). Panahan membutuhkan konsentrasi dalam membidik dan perlunya kondisi fisik yang baik berupa kekuatan dan daya tahan otot untuk menarik busur. Pada olahraga panahan diperlukan adanya kekuatan jari-jari penarik tali busur ketika membidik dan mau melepaskan anak panah.

Panahan terdiri dari busur dan anak panah yang saling dipadukan. Pada awalnya busur pertama kali di temukan pada masa paleolitik atau di

sebut awal periode mesolitik. awal mula diketahui fungsinya sekitar 10.000-9.000 SM di daerah Eropa tepatnya di Stellmoor di Lembah Ahrensburg bagian utara dari Hamburg. Panah di buat dari kayu pinus yang terdiri dari poros utama dan sebuah poros depan sepanjang 15-20cm dengan sebuah titik batu. Busur tertua diketahui berada di rawa Holmegard di Denmark, atas prakarsa Raja Inggris (Charles II) panahan mulai dijadikan sebagai suatu cabang olahraga dan saat itulah negara negara mulai mengikuti termasuk Indonesia. Pada tahun 1953 panahan mulai masuk ke Indonesia dengan didirikannya Persatuan Panahan Indonesia (PERPANI) di Yogyakarta atas prakarsa Sri Paku Alam VIII, pertamanya diadakan perlombaan yang terorganisir dan pada tahun 1959 di surabaya yang diketuai oleh Sri Paku Alam VIII sampai tahun 1977 (Artanayasa, 2014, hal. 2).

Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menjadikan istilah globalisasi tidak asing saat ini. Globalisasi tersebut menimbulkan persaingan kuat yang intensif untuk perusahaan perusahaan dan merek di pasar. Seiring dengan adanya peningkatan jumlah merek, persaingan menjadi semakin ketat sehingga kelangsungan hidup bagi perusahaan atau suatu merek menjadi semakin sulit. Hal tersebut menimbulkan ancaman di dalam pasar yang menyebabkan bermusuhan, secara umum diterima bahwa sumber pelanggaran terbaik adalah identitas merek yang kuat, salah satu yang menjadi pendorong utama untuk membangun kekuatan merek adalah dengan menciptakan identitas merek yang unik dan menarik (probrand, 2003) (Ko, 2011 : 91).

Pola dasarnya budaya merupakan suatu produk budaya sebagai warisan budaya dimana dapat diubah menjadi konten budaya, termasuk mental, sifat fisik, dan pola budaya (Lim & Yoon, 2008). Warisan budaya yang diturunkan dan dibagikan oleh budaya tertentu cenderung berfungsi sebagai alat diferensiasi dalam proses branding. Dengan demikian, manajemen merek menggunakan warisan budaya menjadi lebih signifikan. Tidak perlu bagi perusahaan yang menjadi warisan budaya untuk menjadi

sukses. Namun, mewujudkan warisan budaya dalam suatu merek dapat menjadi alat yang memungkinkan merek untuk membentuk nilai-nilai otentik dan memperkuat daya saing (Ko, 2011 : 91)

Perkembangan panahan di Indonesia dapat dilihat dengan adanya komunitas panahan yang berada di setiap daerah di Indonesia yang semakin bertambah peminatnya dari kalangan anak-anak, remaja, bahkan orang tua, dan sering diadakannya perlombaan panahan baik skala lokal, nasional, maupun internasional. Dari data yang diperoleh dari PERPATRI Jawa Timur, terdapat kurang lebih Dua Puluh komunitas panahan yang terdaftar di PERPATRI Jawa Timur. Perkembangan panahan juga sudah masuk ke sekolah-sekolah sebagai kegiatan ekstra kulikuler contohnya di sekolah daerah Istimewa Yogyakarta yang berbasis Islami, alasannya karena panahan dianjurkan dalam agama Islam dan disunnahkan oleh Rasulullah SAW (Fajri, 2015, hal. 3).

Dari segala penjuru dunia terdapat banyak ilmu dan cara yang dilakukan tentang panahan dan karakteristik yang berbeda. Dari beberapa karakteristik tersebut terdapat jenis panahan yang kuat akan tradisi adalah Jemparingan memanah gaya Mataram. Jemparingan merupakan gaya memanah yang memadukan antara olah raga dan olah rasa yang membutuhkan kesatuan jiwa dan raga layaknya suatu kehidupan ketika manusia menyatu dengan alam untuk tujuan bertemu dengan tuhan. Begitu juga dengan jemparingan, perlu adanya penyatuan antara anak panah, busur, dan manusia agar target yang diinginkan dapat tercapai.

Dalam sejarah budaya Indonesia, ternyata panahan di Indonesia sudah berkembang sekitar tahun 1543 pada saat Madura diserang oleh pasukan kerajaan Mataram. Pada saat itu pasukan Mataram gagal dan kalah oleh pasukan pemanah dari Madura dan menyerah. Namun pada tahun 1792 dimana sejak kerajaan Sri Sultan Hamengkubuwana II yang merupakan raja kesultanan Yogyakarta pada tahun 1792-1828, panahan tersebut disebut dengan istilah Jemparingan Mataram. Jemparingan Mataram pada saat itu digunakan sebagai senjata untuk berperang

melawan para pemberontak di daerah Yogyakarta dimana hanya boleh dimainkan oleh masyarakat kerajaan. Pada masa Hamengkubuwana VIII panahan mulai dipopulerkan dan di resmikan sebagai olah raga panahan Nasional Panahan tersebut dilestarikan sampai saat ini oleh masyarakat kerajaan Yogyakarta hingga meluas ke seluruh pulau Jawa.

Pada tahun 2013 Jemparingan Mataram di lestarikan oleh para abdi dhalam prajurit maupun bukan prajurit dengan dibentuknya paguyuban Jemparingan Gandhewa Mataram, dengan tujuan untuk menghidupkan kembali ajaran sultan Sri Hamengkubuwana II dalam rangka menghidupkan kembali jiwa seorang ksatria yang terdiri dari nyajiwi atau konsentrasi, greget yang berarti semangat, sengguh atau jati diri ora mingkuh, dan tanggung jawab. Namun pada tahun sekitar 2015 jemparingan sudah ada di Madura oleh Paguyuban Songgo Sukmo.

Paguyuban Songgo Sukmo merupakan salah satu perguruan yang ada di Bangkalan yang menaungi beberapa kebudayaan diantaranya : pencak silat, perawatan pusaka, pembuatan pakaian tradisional, tari, jemparingan. Songgo Sukmo pada awalnya hanya sebuah forum kekeluargaan yang terdiri dari keluarga besar Songgo Sukmo, namun pada tahun 2016 di buka Jemparingan secara umum.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana *Cultural Branding* dalam Budaya panahan tradisional “Jemparingan” Mataram yang dilakukan oleh Paguyuban Songgo Sukmo di Madura ?.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini guna untuk mengetahui bagaimana *Cultural Branding* dalam Budaya panahan tradisional “Jemparingan” Mataram yang dilakukan oleh Paguyuban Songgo Sukmo di Madura.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Akademis

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa

pengembangan penelitian, kontribusi teoritis dan ilmu pengetahuan bagi Ilmu Komunikasi khususnya tentang *Cultural Branding* yang dilakukan oleh Paguyuban Songgo Sukmo

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Hasil penelitian ini diharapkan Paguyuban Songgo Sukmo lebih mampu mengembangkan *Cultural Branding* pada panahan tradisional Jemparingan Mataram di Madura
- b) Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan ide bagi Paguyuban Songgo Sukmo bagaimana melakukan *Cultural Branding* yang efektif dalam menarik minat masyarakat Madura terhadap Jemparingan
- c) Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai acuan dasar atau referensi untuk penelitian sejenis selanjutnya
- d) Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan informasi berupa pengetahuan tentang *Cultural Branding* baik sebagai referensi maupun evaluasi