

JEMUAH PAHING SEBAGAI CITY BRANDING DESA MENGGORO
KECAMATAN TEMBARAK
KABUPATEN TEMANGGUNG

Zidni Naila Malikhah

Universitas Tidar

Jalan Kapten Suparman 39, Potrobangsari, Magelang

E-mail: zidni.naila@gmail.com

Abstract

City Branding is a way to promote a typical city through the physical form of the city, government policies, and advertising, so the city can be known. This study uses a qualitative research method with a constructivist paradigm. Data collection techniques are observation and interviews.. This research aims to find the city branding of Menggoro Village and aspects that affect it, based on the Karvarits city branding dimensions. The results of this study indicate that the process of forming the city branding of Jemuah Pahing, Menggoro Village has been carried out continuously since the 14th century AD until now is hereditary and unstructured. This is closely related to the history and traditional myths of Jemuah Pahing that developed in the community.

Keywords: *Jemuah Pahing, Menggoro, City Branding.*

Abstrak

City Branding, satu cara untuk mempromosikan suatu tipikal kota, melalui bentuk fisik dari kota, kebijakan pemerintah, periklanan, sehingga kota tersebut dapat terkenal karena keunikannya. Desa Menggoro, salah satu desa wisata di Kabupaten Temanggung memiliki ciri khas unik yakni Tradisi Jemuah Pahing. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan model city branding Desa Menggoro serta aspek-aspek yang memengaruhinya berdasarkan dimensi city branding Karvarits. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembentukan city branding Jemuah Pahing Desa Menggoro telah dilakukan secara berkelanjutan sejak abad ke 14 M hingga saat ini secara turun temurun dan tidak terstruktur. Hal ini erat kaitannya dengan sejarah dan mitos-mitos tradisi Jemuah Pahing yang berkembang pada masyarakat.

Kata kunci: *Jemuah Pahing, Menggoro, City Branding.*

Pendahuluan

Menggoro merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tembarak, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Desa ini berbatasan langsung dengan desa Tembarak, Kecamatan Selopampang, dan Desa Greges. Desa yang terletak pada ketinggian 560 mdpl ini memiliki suhu udara rata-rata 17°C hingga 30°C yang disesuaikan dengan keadaan musim. Menggoro memiliki sepuluh dusun yang tersebar pada tanah seluas 190 hektar diantaranya Ngenden, Kauman, Nolobangsan Barat, Nolobangsan Timur, Ngabean, Jetis, Jlamprang, Sragan, Kamal Barat, dan Kamal Timur.

Letak geografis di bawah kaki Gunung Sumbing menjadi sebuah kekuatan untuk membangun wilayah tersebut. Warga Desa Menggoro rata-rata bermata pencaharian sebagai petani, peternak, dan pedagang. Selain itu, terdapat banyak sekali kuliner lokal diantaranya Cucur, Onde-onde, Kacang Godhok, hingga Brongkos Kikil.

Menggoro menjadi salah satu desa wisata yang cukup terkenal di karesidenan Kedu, khususnya Kabupaten Temanggung sendiri. Hal besar yang mendasari kepopuleran desa tersebut ialah komposisi antara Masjid Jami', Makam Simbah Kyai Pahing, serta Pasar Malam yang biasa disebut Jemuah Pahing. Tradisi Jemuah

Pahing-an tersebut diadakan selama tiga puluh lima hari sekali pada tiap malam Jumat Pahing—hitungan Jawa.

Jemuah Pahing merupakan *branding* yang sangat melekat pada desa Menggoro. Pasar Jemuah Pahing mulai ramai dipadati pengunjung dan pedagang mulai pukul tiga sore hingga dua belas malam. Pengunjung pasar tersebut tidak hanya berasal dari Kabupaten Temanggung saja, namun juga dari Karesidenan Kedu. Kemajuan jumlah pengunjung Pasar Jemuah Pahing sangat drastis dari tahun ke tahun. Berdasarkan data desa Menggoro dengan perhitungan parkir kendaraan, pada tahun 2010 terdapat kisaran 1000 pengunjung. Sementara pada tahun 2020 jumlah tersebut naik secara signifikan hingga mencapai belasan ribu pengunjung setiap malamnya.

Pasar Jemuah Pahing juga telah terdaftar secara resmi dalam Dinas Pariwisata Kabupaten Temanggung. Pengelolaan secara terstruktur hingga saat ini masih berada di bawah naungan Pemerintah Desa Menggoro. Proses pembentukan *branding* Desa Menggoro tidak dapat lepas dari sejarah dan mitos mitos besar yang hingga saat ini masih dipercaya oleh masyarakat. Hal ini menjadi suatu hal yang unik dalam proses strategi *branding* desa Menggoro.

Menurut Kotler (2006) "*Brand as a name, term, sign, symbol, or design, or combination of them, intended to identify the goods of services of one seller or group of seller and to differentiate of them for those of competitor.*" Terkait *city branding*, nama, keunikan atau ciri khas tersebut dapat membantu desa wisata tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karenanya, penelitian mengenai *city branding* dari Desa Menggoro perlu dilakukan. Sebab, kata Jemuah Pahing sudah cukup melekat dengan Desa Menggoro itu sendiri.

Perlu diketahui bahwa hingga saat ini belum ada penelitian terdahulu yang berfokus pada topik mengenai *branding* dari sebuah desa. Sehingga, kajian mengenai *city branding* dari Desa Menggoro secara khusus dapat bermanfaat secara langsung bagi masyarakat setempat karena mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dengan menganalisis konsep-konsep yang sesuai dengan *city branding*. Kemudian penelitian ini nantinya juga dapat digunakan sebagai ajang evaluasi serta pembenahan *branding* Jemuah Pahing Desa Menggoro. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan kajian mendalam mengenai Desa Menggoro ditinjau dari segi *city branding* Jemuah Pahing Desa Menggoro.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Menurut Hidayat (2003) penelitian konstruktivis merupakan penelitian di mana peneliti mengalami secara langsung dan terperinci (*socially meaningful action*) terhadap pelaku sosial yang bersangkutan dan melakukan pengamatan secara obyektivitas dalam menemukan suatu realitas dalam ilmu pengetahuan.

Teknik pengumpulan data yakni observasi dan wawancara. Dalam proses memeriksa reabilitas dan validitas data, peneliti menggunakan triangulasi, yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moloeng, 2006). Menurut Denzin di dalam buku Moloeng, ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan: sumber, metode, penyidikan, dan teori (Moloeng, 2006).

Hasil dan Pembahasan

City Branding

Menurut Yananda & Ummi (2014), *city branding* merupakan perangkat baru dalam membangun wilayah untuk meningkatkan daya saing menghadapi kompetisi global. Sebagai perangkat, *city branding* adalah kelanjutan dari pemasaran

tempat yang telah dilakukan banyak kota-kota di dunia. Grabow (dalam Kavaratzis, 2004) menyimpulkan bahwa faktor yang paling penting dalam memasarkan sebuah kota adalah komunikasi fungsional dan komunikatif kota kepada warganya merupakan faktor kunci dan kebutuhan vital bagi kesuksesan *city branding*.

City branding bukan hanya sebuah slogan ataupun kampanye promosi. Akan tetapi, *city branding* merupakan suatu gambaran dari pemikiran, perasaan, asosiasi, dan ekspektasi yang akan datang dari benak seseorang ketika seseorang tersebut melihat atau mendengar sebuah nama, logo, produk, layanan, *event*, ataupun berbagai simbol, dan rancangan yang memgambarkan.

Kriteria City Branding

Dalam sebuah skripsi yang berjudul “Representasi Pesan Identitas Makassar dalam *City Branding I Love MC Sombere and Smart City* (Analisis Semiotika)”, Akhbar (dalam Reza, 2017:93) menyebutkan bahwa terdapat empat kriteria yang harus dipenuhi oleh *city branding*, di antaranya:

1. Atribut (*Attributes*), atau menggambarkan suatu karakter, gaya, daya tarik, dan juga personalitas kota.

2. Pesan (*Message*), atau menggambarkan suatu cerita secara pandai, menyenangkan, serta mudah diingat.
3. Diferensiasi (*Differentiation*) atau memiliki keunikan dan berbeda dari kota yang lainnya.
4. *Ambassadorship*, atau menginspirasi orang lain agar mau datang dan/atau tinggal (menetap) di kota tersebut.

Sejarah dan Kearifan Lokal

Terdapat berbagai macam versi mengenai pengertian dari sejarah, baik mengenai persoalan kedudukannya—apakah termasuk ilmu, seni; mengenai persoalan isi dan luasnya; serta segala persoalan yang timbul tentang arti makna dan hakikat yang terkandung di dalam sejarah tersebut. Meskipun pada garis besarnya definisi-definisi tersebut memiliki persamaan pengertian, yakni sama-sama membicarakan kejadian-kejadian pada manusia pada masa lalu, namun tidak sedikit pula terdapat perbedaan di antara ketiganya. Hal ini disebabkan karena luasnya bidang ilmu sejarahserta tekanan (*stressing*) yang diberikan pada bagian definisi itu juga tergantung dari sudut masa sejarah itu ditinjau.

Hasil penelitian berisi paparan temuan penelitian, hasil analisis yang sesuai dengan pertanyaan penelitian, serta

pembahasan atau telaah penulis yang bersifat analitis, logis, dan kritis atas topik yang dikaji.

Definisi sejarah menurut Edward Hallet Carr (1982) ialah *"History is a continuous process of interaction between the historian and his facts, an unending dialogue between the present and the past."* Sejarah ialah suatu proses interaksi serba terus antara sejarawan dengan fakta-fakta yang ada padanya; suatu dialog tiada henti-hentinya antara masa sekarang dengan masa silam.

Sedangkan menurut Muhammad Yamin (dalam Ismaun & Supriyono, 2009), sejarah diartikan sebagai suatu ilmu pengetahuan yang umumnya berhubungan dengan cerita, sebagai hasil penafsiran dari peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian dalam masyarakat manusia pada waktu yang lampau, yaitu susunan hasil penyelidikan bahan-bahan tulisan atau tanda-tanda yang lain.

Sementara itu, kearifan lokal merupakan suatu hal yang unik, lahiriah, dan belum dimiliki oleh masyarakat lain dan mampu menjadi ciri khas.

Desa Menggoro memiliki berbagai kearifan lokal yang sudah ada sejak jaman dahulu. Di antaranya adalah makanan khas, tempat ziarah, hingga desa wisatanya. Hal ini sangat erat kaitannya

dengan sejarah besar Desa Menggoro, khususnya tradisi Jemuah Pahing.

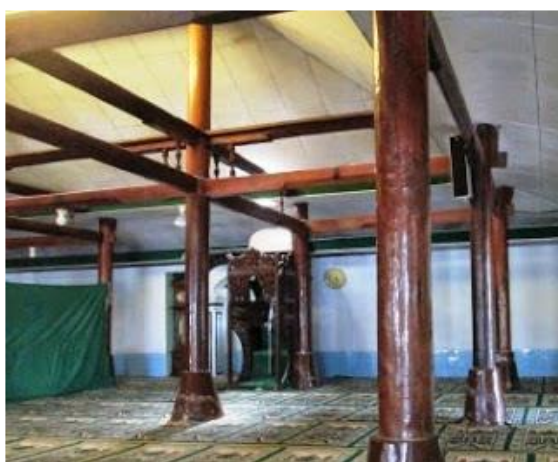
Sejarah Jemuah Pahing bermula dari Mbah Pahing yang bernama asli Raden Abdul Kholiq (menurut silsilah Cirebon) atau Raden Wiryo (menurut silsilah keraton Yogyakarta). Mbah Pahing ditugaskan oleh Sunan Kalijaga untuk menyebarkan islam di sekitar desa Menggoro, dengan menyelenggarakan mujahadah yang dilaksanakan setiap malam Jumat Pahing. Sedangkan Sunan Kalijaga mengadakan mujahadah sedemikian rupa di wilayah Demak.



Gambar 1: Masjid Jami' zaman dahulu
(Sumber: google.com)

Sekitar abad 14M sejak mulai mujahadah tersebut, jamaah mujahadah kian bertambah banyak. Hingga pada akhirnya, Mbah Pahing berinisiatif meminta istrinya untuk berjualan makanan dan minuman di sekitar masjid. Waktu pun berlalu. Jumlah jamaah yang datang pun semakin banyak, hingga para tetangga turut berjualan di sekitar masjid. Bahkan setelah Mbah Pahing wafat, orang-orang

masih berbondong-bondong datang untuk berziarah sekaligus ber-*mujahadah* di Masjid Jami'. Hal tersebutlah yang kemudian lestari hingga saat ini, dan pada akhirnya dikenal sebagai tradisi Pasar Jemuah Pahing.



Gambar 2: Bagian dalam (Tiang) Masjid Jami'

(Sumber: dokumen pribadi)

Lokasi makam Mbah Pahing berada di dusun Ngabean, terletak sekitar 300 meter dari Masjid Jami'. Sedangkan Mbah Brintik, konon dimakamkan di belakang Masjid Jami'.



Gambar 3: Suasana Makam Mbah Pahing

(Sumber: google.com)

Selanjutnya, ada beberapa mitos yang berkembang di telinga masyarakat hingga saat ini. Di antaranya adalah: 1) Siapa saja yang berhasil memeluk tiang Masjid Jami' maka akan dikabulkan cita-citanya; 2) Kepercayaan mengenai Kembang Boreh yang dapat menyembuhkan berbagai penyakit dan menolak balak. Kembang Boreh diramu dengan paduan antara kapur sirih, dicampur pewarna makanan warna kuning, irisan pandan, serta bunga mawar; 3) Ada juga mitos mengenai seseorang dapat terbebas dari *nazar*-nya ketika melakukan ritual *oles Kembang Boreh* di leher lalu melempar receh di perempatan desa; 4) Selain itu mengenai *mujahadah*, ketika melihat atau mendengarkan sesuatu konon akan menjadi nyata.

Kombinasi antara ziarah, *mujahadah*, pasar, hingga mitos-mitos yang berkembang kemudian membentuk citra yang kuat di telinga masyarakat mengenai Jemuah Pahing. Ditambah, terdapat proses sejarah panjang yang menjadi keunikan serta diferensiasi dari kearifan lokal Desa Menggoro dibandingkan dengan desa yang lainnya.

Secara konsep, meski tengah berada di bawah komando pemerintah desa, akan tetapi pada kenyataannya, pengelolaan Jemuah Pahing masih

terpisah-pisah. Misalnya saja, Masjid Jami' merupakan masjid yang dikelola oleh para takmir masjid. Sementara Pasar Jemuah Pahing dikelola oleh pemuda-pemuda dusun. Adapun dalam pengelolaan Makam Mbah Pahing, terdapat suatu struktur organisasi tersendiri di lingkungan makam. Hal ini sangat unik, karena proses strategi *branding* tidak dilakukan secara teoritis dan berasaskan pada perencanaan.

Lebih lanjut, Jemuah Pahing tidak memiliki logo maupun slogan sebagai citra diri. Hal ini tentunya sesuai dengan pemikiran Vier Antaris, yang menyatakan bahwa *city branding* dapat berupa pemikiran, perasaan, asosiasi, dan ekspektasi yang akan datang dari benak seseorang ketika melihat atau mendengar sebuah nama, produk, layanan, dan sebagainya.



Gambar 4: Gapura Masuk Pasar Jemuah Pahing

(Sumber: Yogananta)

Meskipun tidak memiliki logo, akan tetapi terdapat atribut-atribut yang melekat dalam Jemuah Pahing Desa Menggoro. Yakni makam dan Gapura masuk desa Menggoro yang sering digunakan sebagai tempat untuk berfoto, menyantap kuliner tradisional, hingga menimbulkan lemacetan dan sebagainya.



Gambar 5: Potret Keramaian Jemuah Pahing
(Sumber: [pinterest.com](https://www.pinterest.com))

City branding tersebut dibentuk secara dinamis dan tersebar melalui pola *getuk tular* atau dari mulut ke mulut, status media sosial para pengunjung, serta beberapa relawan media sosial yang dikelola secara individu. Seperti misalnya pada akun *Instagram* @pasarjumatpaing.

Berdasarkan mini riset yang dilakukan oleh peneliti, 9 dari 10 respondens mengenal Jemuah Pahing sebagai ciri khas desa Menggoro. Dengan demikianlah, Jemuah Pahing Desa Menggoro telah memenuhi kriteria sebagai *city branding* di antaranya dalam segi

atribut, pesan, diferensiasi, dan juga *ambassadorship*.

Simpulan

Branding Desa Menggoro dengan tradisi Jemuah Pahingnya telah dikenal oleh masyarakat luas. Khususnya bagi masyarakat Temanggung dan kabupaten lain di Karesidenan Kedu. Proses pembentukan *brand* terjadi sangat unik karena dipengaruhi oleh sejarah serta mitos-mitos yang beredar di telinga masyarakat. Menariknya, proses strategi *branding* dari Desa Menggoro ini tidak dilakukan secara personal, kelompok, maupun organisasi. Akan tetapi dilakukan dengan memperhatikan kesadaran sosial masyarakat Desa Menggoro untuk tetap melestarikan apa yang telah ditinggalkan oleh nenek moyang. Sehingga, aspek bekerja sama secara berkelanjutan pun mampu membentuk *branding* yang kuat terhadap desa tersebut meskipun secara teoritis, konsep pemasarannya hanya dilakukan dari mulut ke mulut saja.

Daftar Pustaka

- Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Ismaun, dan Suoriyono, Agus. (2009). *Ilmu Sejarah dalam PIPS. In: Pengertian dan Konsep Sejarah*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Kavaratzis, Michalis. (2004). *From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands. Place Branding and Public Diplomacy*.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management (Twelve Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Moelong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Reza, Muhammad Fachrul. (2017). "Representasi Pesan Identitas Makassar dalam *City Branding I Love MC Sombere and Smart City* (Analisis Semiotika)". *Skripsi*, Universitas Hassanudin.
- Yananda, M. Rahmat, dan Umami Salamah. (2014). *Branding: Tempat Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi, Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.