

DISKURSUS KEARIFAN LOKAL UNTUK PENGEMBANGAN *CITY BRANDING* MAGELANG KOTA SEJUTA BUNGA

Galih Putra Pamungkas¹, Achmad Sultoni²

^{1,2}Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Rekayasa Industri dan Desain, Institut Teknologi Telkom
Purwokerto

Jl. DI Panjaitan No. 128 Purwokerto Selatan, Banyumas, Indonesia

e-mail: galih@ittelkom-pwt.ac.id¹, sultoni@ittelkom-pwt.ac.id²

Received : Month, Year	Accepted : Month, Year	Published : Month, Year
------------------------	------------------------	-------------------------

Abstract

This research is a discourse to streamline the development of the city branding concept of Magelang City of One Million Flowers by exploring the potential of local wisdom owned by the City of Magelang. Currently, the City of Magelang has the slogan "Magelang City of a Million Flowers". This idea is based on the history of the colonial era which at that time was the City of Magelang better known as Tuin Van Java (Garden City / Park of Java). However, on the one hand, the application of the concept has not yet run optimally. The contributing factor is the incompatibility of the concept with the fact that there is potential and the formation of an image that is not running optimally. According to the potential and the facts of the existing situation, the City of Magelang has great potential by developing the concept as a Heritage City (a city of cultural heritage) which is then followed by the concept of sustainable communication strategies that lead to heritage matters and of course according to aesthetic rules. The Magelang City Government has another choice, which is to continue the Magelang City One Million Flower program, but with the support of visual concepts that utilize all parts of the city to create a communication process by providing direct experience to consumers, namely by utilizing artifacts in the City of Magelang. Artifacts that are part of the culture of the community and have been imprinted in the memory of the community are enhanced with original flower decorations, especially the types of flowers typical of the City of Magelang and its surroundings.

Keywords: *city branding, local wisdom, visual*

Abstrak

Penelitian ini merupakan sebuah diskursus untuk mengefektifkan pengembangan konsep city branding Magelang Kota Sejuta Bunga dengan mengeksplorasi potensi kearifan lokal yang dimiliki oleh Kota Magelang. Saat ini Kota Magelang telah memiliki slogan "Magelang Kota Sejuta Bunga". Gagasan ini di latar belakang oleh sejarah zaman kolonial Belanda bahwa Kota Magelang lebih dikenal sebagai Tuin Van Java (Kota Kebun/Tamannya Pulau Jawa). Namun, di satu sisi penerapan konsep tersebut belum berjalan maksimal. Faktor penyebabnya ialah ketidaksesuaian konsep tersebut dengan fakta potensi yang ada, serta pembentukan citra yang tidak berjalan maksimal. Sesuai dengan potensi dan fakta keadaan yang ada, Kota Magelang memiliki potensi besar dengan mengembangkan konsep sebagai Kota Heritage (kota warisan budaya) yang kemudian diikuti dengan konsep strategi komunikasi berkelanjutan yang mengarah ke hal-hal heritage dan tentunya sesuai dengan kaidah-kaidah estetika. Pemerintah Kota Magelang memiliki pilihan lain, ialah tetap meneruskan program Magelang Kota Sejuta Bunga, namun dengan didukung konsep visual yang mendayagunakan seluruh bagian kota untuk menciptakan proses komunikasi dengan memberikan pengalaman langsung kepada konsumen, yakni dengan memanfaatkan artefak-artefak budaya yang terdapat di Kota Magelang. Artefak-artefak

budaya yang sebagian besarnya merupakan bangunan peninggalan pemerintah kolonial Hindia Belanda. Artefak budaya tersebut sudah terpatri dalam memori masyarakat dan akan memperkuat branding Kota Magelang Sejuta Bunga.

Kata Kunci: pemasaran kota, kearifan lokal, visual

1. PENDAHULUAN

Kota Magelang merupakan wilayah dengan tinggi dataran terendah 375 mdpl dan dataran tertinggi 500 mdpl dan merupakan dataran yang dikelilingi oleh gunung berapi dan pegunungan. Kondisi topografi dan fisiografi menjadikan Kota Magelang berhawa sejuk dengan temperatur udara 20°- 32° Celcius. Ada beberapa lanskap, situs bersejarah dan makanan tradisional yang menjadi ciri khas kota Magelang. Salah satu lansekap khas dari kota Magelang adalah Gunung Tidar. Gunung Tidar didominasi oleh pohon pinus dan cemara yang menjadikan udara di Kota Magelang semakin terasa sejuk, selain itu juga Gunung Tidar merupakan bagian penting bagi perkembangan kebudayaan masyarakat Magelang. *Garnisun* juga melekat sebagai citra kota, karena efek sejarah zaman penjajahan Jepang. Ditambah lagi markas militer dan tempat pendidikan militer terdapat di Kota Magelang. Kota Magelang juga merupakan kota yang vital karena menjadi jalur penghubung kota-kota besar di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota Magelang juga memiliki kuliner yang khas yakni *gethuk*.

Saat ini, para pemimpin Kota, daerah, dan negara menemukan bahwa gambaran yang baik dan implementasi penuh dari *brand strategy* memberikan banyak manfaat dan keuntungan. Di Indonesia *branding* kota merupakan bagian baru dari proses perjalanan dinamika kota. Kota akan mengubah profil lama dengan yang baru, seperti perubahan pada ikon, slogan, strategi *branding* beserta promosinya, dan lain sebagainya, untuk mempengaruhi *awareness public*, tidak terkecuali Kota Magelang. Menurut Ardian, sebuah konsep *city branding* yang berakar dari kearifan lokal akan membuat masyarakatnya merasa terwakili, sehingga masyarakat tersebut akan merasa memiliki yang kemudian ikut menjaga dan melestarikan. Dengan konsep *city branding* yang mewakili karakteristik dan refleksi keadaan kota itu sendiri, maka konsep *city branding* tersebut akan mampu meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab

segenap lapisan masyarakat, baik pemerintah, swasta maupun masyarakat luas untuk mampu bertindak dan mewujudkannya dalam kehidupan sehari-hari atau dengan kata lain konsep *city branding* tersebut berjalan lebih efektif [1].

Sejak tahun 2012 Kota Magelang dirancang untuk menjadi kota yang berslogan "Kota Sejuta Bunga". Pemerintah Kota Magelang telah mencanangkan Kota Magelang yang berhawa sejuk lekat dengan aneka tanaman bunga. Gagasan tersebut tidak lepas dari silsilah sejarah bahwa pada zaman Kolonial Kota Magelang lebih dikenal sebagai *Tuin Van Java* (Kota Kebun/Tamannya Pulau Jawa). Ingatan masa lalu tersebut ingin dihidupkan kembali dengan aneka perencanaan lain yang pada intinya mengarah pada slogan sebuah kota yang rimbun dengan banyak tanaman bunga.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, memberikan kesimpulan bahwa hal yang pertama kali diingat ketika mendengar nama Kota Magelang disebutkan yaitu bangunan peninggalan Belanda, Gunung Tidar, dan baru disusul nama kuliner *gethuk*. Jawaban tersebut mengasumsikan bahwa hal yang paling diingat dari Kota Magelang adalah hal-hal yang bersifat *heritage*. Hal itulah yang menjadikan penulis tertarik untuk memberikan wacana lain perihal *city branding* Kota Magelang khususnya dilihat dari sudut pandang potensi kearifan lokal warisan budayanya.

Maka dari itu, penelitian ini merupakan sebuah diskursus perihal pengembangan konsep *city branding* "Magelang Kota Sejuta Bunga" dengan penguatan eksplorasi kearifan lokal berupa bangunan cagar budaya yang dimiliki oleh Kota Magelang. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis hendak merumuskan beberapa poin permasalahan, antara lain:

- 1) Sejauh mana pengembangan konsep *city branding* di Magelang?
- 2) Apa saja potensi warisan budaya yang dimiliki Kota Magelang?

- 3) Mengapa pendekatan kearifan lokal penting dalam mendukung pengembangan konsep Magelang Kota Sejuta Bunga?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif. Menurut Moleong penelitian kualitatif bersumber pada pengamatan kualitatif yang difokuskan cara kerja pengamatan kualitatif. Seorang peneliti yang melakukan jenis penelitian kualitatif berorientasi pada pemahaman teoritis. Pada penelitian kualitatif, teori dibatasi oleh pengertian: suatu pernyataan sistematis yang berkaitan dengan seperangkat proposisi. Seperangkat proposisi tersebut berasal dari data dan diuji kembali secara empiris [2].

Diskursus, secara umum sering juga disebut wacana yang berarti cara khas dalam berbahasa yaitu menggunakan bahasa, baik bahasa tulis maupun lisan. Kelompok masyarakat tertentu menggunakan bahasa secara khas. Dari adanya Tindakan-tindakan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan para komunikan, maka akan menghasilkan sebuah diskursus (wacana). Menurut Habermas terdapat empat klaim yang harus dipenuhi agar objektifitas diskursus tercapai. Dari bukunya yang berjudul *The Theory of Communicative action*, klaim itu antara lain: klaim ketepatan, klaim kebenaran, klaim kejujuran dan yang terakhir ialah komperhensif [3].

Sejalan dengan itu, diskursus dalam pelaksanaan penelitian pengembangan konsep *city branding* Magelang Kota Sejuta Bunga dengan pendekatan *heritage* ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni: observasi lapangan, wawancara dengan pihak Pemerintah Kota Magelang, serta masyarakat Kota Magelang. Peneliti juga memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, pemotretan dan perekaman audio. Setelah data terkumpul, data dianalisis, kemudian diakhiri dengan penarikan simpulan. Data dianalisis dengan cara mendeskripsikan dan menjelaskan data berupa dokumen tertulis, pemotretan, dan perekaman audio menggunakan kalimat, grafik, atau diagram dalam mendukung diskursus diskursus perihal pengembangan konsep *city branding* "Magelang Kota Sejuta Bunga" dengan penguatan eksplorasi kearifan lokal berupa

bangunan cagar budaya yang dimiliki oleh Kota Magelang. Model diskursus ini diharapkan dapat menghasilkan pembanding dalam mengembangkan *city branding* yang sementara ini dimiliki oleh Kota Magelang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep *City Branding* Magelang Kota Sejuta Bunga

Berdasarkan *masterplan* Magelang sejak tahun 2012 Pemerintah Kota Magelang telah mencanangkan "Magelang Kota Sejuta Bunga" sebagai *tagline city branding*-nya. Gagasan tersebut dilatarbelakangi oleh silsilah sejarah di masa lampau tepatnya pada zaman Kolonial yang pada saat itu Kota Magelang lebih dikenal sebagai *Tuin Van Java* (Kota Kebun/Tamannya Pulau Jawa). Magelang dengan panorama khas daerah pegunungan yang indah dan udara yang sejuk memberi kenyamanan bagi pengunjungnya. Sementara itu, bila ditinjau dari sisi filosofis, "bunga" merupakan lambang kecantikan dan keindahan, mempunyai nilai ekonomis serta menggambarkan sinergitas kehidupan. Sehingga, ibarat bunga, Kota Magelang sebagai kota jasa yang memiliki daya tarik serta memberikan manfaat secara ekonomis dan menjadi media terwujudnya sinergitas kehidupan masyarakat dengan tampilan yang menarik [4].

Magelang disebut Kota Kebun karena berdasarkan pada komoditas-komoditas yang dimiliki oleh Kota Magelang pada zaman penjajahan Belanda. Pada saat itu Magelang merupakan tempat pemasok dan menyimpan logistik peperangan dan menjadi tempat peristirahatan favorit orang Belanda karena udaranya yang sejuk. Bunga berkonotasi sebagai harapan, sedangkan sejuta berkonotasi banyak. Ketika bunga dengan jumlah yang banyak, akan menimbulkan panorama yang indah (secara estetika dari sisi wujud). Sebuah kebun atau taman pasti terdiri dari berbagai tanaman. Tanaman-tanaman tersebut kemudian berbunga dan nantinya akan menghasilkan buah (manfaat). Sebuah taman yang berbunga menciptakan panorama yang estetis yang kemudian membuat si penikmat rindu akan suasana dan pemandangan yang indah. Dengan kerinduan yang tinggi, maka si penikmat akan tidak segan untuk mencurahkan dayanya untuk menjaga dan mengembangkan kebun tersebut.



Gambar 1. Logo Magelang Kota Sejuta Bunga
[sumber: www.magelangkota.go.id, Februari 2018]

Guna memenuhi kebutuhan sebagai Magelang Kota Sejuta Bunga, Pemerintah Kota Magelang mengeluarkan peraturan daerah yang mencantumkan penetapan *brand* daerah, berupa slogan, logo, penataan kawasan, lagu dan gending yang berjudul Magelang Kota Sejuta Bunga, Tarian Sejuta Bunga, pakaian khas, jenis bunga [5].

Kota Magelang membutuhkan dukungan lingkungan yang bersih, indah, nyaman dan tertata rapi melalui pengelolaan lingkungan hidup kawasan perkotaan dengan meningkatkan kualitas ruang-ruang terbuka hijau dan taman-taman kota, menjaga kualitas air, udara dan sumber daya alam lainnya. Kota Magelang juga membutuhkan penataan taman, *signage*, *furniture* jalan yang menampilkan *image* sejuta bunga.[4] Sejak tahun 2012, Kota Magelang melakukan pembaruan-pembaruan dengan penataan, pembangunan dan penciptaan citra kota untuk mendukung konsep Magelang Kota Sejuta Bunga. Beberapa pembaruan yang dilakukan pada ikon kota, seperti pembaruan taman kota, pot bunga, hiasan kota, lampu kota, penciptaan ikon-ikon baru dan lain sebagainya.



Gambar 2. Vertical Garden Kota Magelang
[Sumber: Foto Galih Putra P, 28 Juli 2018]

Di Kota Magelang beberapa sudut kota dipercantik dengan taman-taman yang nampak indah dilihat. Selain taman dengan konsep kebun (*horizontal garden*), diciptakan pula taman dengan konsep *vertical garden* yang di tempatkan di beberapa titik dalam kota. Meskipun konsep *vertical garden* mirip dengan beberapa kota lain dan beberapa jenis tanaman dalam taman bukan jenis yang mudah berbunga, namun *vertical garden* tetap menyejukkan dan memperindah wilayah kota.



Gambar 3. Pot Bunga Berbahan Kaleng Drum
[Sumber: Foto Galih Putra P, 28 Juli 2018]

Pot bunga pada gambar diatas merupakan pot bunga yang berada di pintu masuk kota sebelah selatan tepatnya di persimpangan Soka. Pot bunga tersebut terbuat dari bahan kaleng drum yang berwarna-warni dan diilustrasikan seperti manusia. Pot bunga tersebut memiliki fungsi lain sebagai simbol sambutan selamat datang dengan ramah dan suka cita kepada masyarakat yang memasuki wilayah Kota

Magelang. Selain pot bunga berbahan kaleng drum di Magelang juga terdapat pot bunga dari bahan ban bekas berbentuk binatang dan pot bunga berbahan semen yang dihias dengan motif bunga. Ragam pot bunga tersebut akan mudah ditemukan di jalan-jalan utama, seperti Jalan Sudirman, Jalan Tidar, Jalan Tentara Pelajar, dan lain sebagainya.

3.2 Potensi Kearifan Lokal yang dimiliki Kota Magelang

Kearifan lokal sering dikaitkan dengan masyarakat lokal. Kearifan lokal juga dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat (*local wisdom*), pengetahuan setempat (*local knowledge*) atau kecerdasan setempat (*local genius*). Kearifan lokal adalah sikap, pandangan dan kemampuan suatu komunitas di dalam mengelola lingkungan rohani dan jasmaninya yang memberikan kepada komunitas itu daya tahan dan daya tumbuh di dalam wilayah di mana komunitas itu berada. Dengan kata lain, kearifan lokal adalah jawaban terhadap situasi geografis-politis-historis dan situasional yang bersifat lokal [6].

Kearifan lokal dalam dapat dimaknai sebagai hal-hal yang bersifat lokalitas. Konsep lokalitas lekat kaitannya dengan tempat atau wilayah yang memiliki sebagai modalitas. Lokalitas tersebut membentuk identitas yang sifatnya kedaerahan atau khas suatu daerah. Dalam konteks ini, lokalitas Kota Magelang dapat dikatakan sebagai unsur-unsur pembentuk karakter sebagai identifikasi yang membedakannya dengan daerah lain, yang merupakan interaksi dinamis antara unsur statis berupa geografis setempat, yang kemudian memberikan pengaruh pada unsur-unsur dinamisnya seperti sosialbudaya, ekonomi, dan politik [7].

Konsep *city branding* berbasis kearifan lokal dipilih sebagai bentuk kesadaran bahwa kearifan lokal mengandung nilai kehidupan yang tinggi dan layak terus dikembangkan serta dilestarikan sebagai perubahan sosial budaya dalam bingkai modernitas [6]. Seturut dengan hal tersebut, Kota Magelang terdapat banyak kearifan lokal yang berpotensi sebagai penguat *city branding*. Kearifan lokal tersebut antara lain bersifat geografis, historis, dan budaya. Kearifan bersifat geografis misalnya Gunung Tidar. Kearifan lokal yang bersifat historis seperti gedung-gedung tua peninggalan

pemerintahan kolonial Belanda. Kearifan lokal yang berwujud budaya dengan berbagai aktivitas keseniannya. Beberapa potensi kearifan lokal tersebut akan dijabarkan sebagai berikut.

Di Magelang terdapat Gunung Tidar yang merupakan kawasan perbukitan yang berada di tengah kota. Lebatnya vegetasi salak, pinus dan cemara menjadikan Gunung Tidar sebagai penyerap polutan kota, sehingga Kota Magelang semakin sejuk hawanya. Gunung Tidar juga menjadi rumah untuk kawanan monyet dengan jumlah yang cukup banyak.



Gambar 4. Gunung Tidar
[Sumber: Foto Galih Putra P., 29 Juni 2017]

Gunung Tidar menjadi bagian penting bagi perkembangan kebudayaan masyarakat setempat. Mitos yang diyakini masyarakat Kota Magelang berawal dari Gunung Tidar. Sebuah mitos menyatakan di puncak gunung terdapat monumen 'Paku Jawa' yang diyakini menceritakan bahwa dahulunya Pulau Jawa ketika diciptakan mulanya dalam bentuk tanah yang melayang dan bergerak tidak beraturan. Kemudian salah satu dewa diutus supaya memaku tanah tersebut agar menjadi tanah permanen. Kepala dari 'Paku Jawa' tersebut akhirnya membentuk sebuah gunung yang kemudian dikenal sebagai Gunung Tidar. Gunung Tidar yang letaknya tepat di titik tengah Pulau Jawa tersebut memang berbentuk layaknya kepala paku. Secara luas masyarakat sekitar pun mengenal Gunung Tidar sebagai Pakuning Tanah Jawa [8].

Sumber lain berkaitan dengan cerita rakyat tentang Gunung Tidar, diceritakan bahwa terdapat seorang tokoh besar pensiyar agama Islam bernama Syekh Subakir. Syekh Subakir memiliki visi yakni untuk menaklukkan raja jin penguasa Pulau Jawa yang tinggal di Kawasan Gunung Tidar. Konon raja jin tersebut memiliki kekuatan besar dan diakui sangat mengganggu

proses syiar Islam di wilayah Pulau Jawa[9]. Hingga saat ini di bagian atas Gunung Tidar masih bisa ditemukan terdapat petilasan Syekh Subakir serta beberapa makam lain, di antaranya makam Kiai Semar dan makam Kiai Sepanjang. Situs-situs makam tersebut saat ini menjadi ramai menjadi tujuan peziarah dari berbagai daerah.

Gunung Tidar juga menjadi salah satu tempat penting bagi perjuangan bangsa Indonesia dan juga menjadi tempat untuk pendidikan militer hingga saat ini. Nuansa perjuangan bangsa dan militer sangat kuat di Kota Magelang.



Gambar 5. Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Magelang
[Sumber: Foto Galih Putra P., 11 September 2017]

Di Kota Magelang terdapat bangunan bersejarah yang menandakan peradaban kebudayaan masa penjajahan Belanda. Hingga saat ini, bangunan-bangunan bersejarah tersebut masih kokoh dan berfungsi sesuai dengan kepentingannya saat dibangun. Situs-situs tersebut tersebar di seluruh bagian Kota Magelang dalam bentuk bangunan perkantoran, sekolah, rumah sakit, tempat ibadah, tempat hiburan, perumahan, monumen, ikon kota dan sistem pengairan yang mengalir membelah kota.

Markas militer dan tempat pendidikan militer menguatkan nuansa militer di Kota Magelang. Kawasan markas Panca Arga, Akademi Militer (AKMIL), RINDAM Diponegoro, Rumah Sakit Tentara, Sekolah Calon Bintara (SECABA), ARMED 11, terbentang dari sisi utara hingga selatan kota. Dengan banyaknya pusat militer tersebut, tidak mengherankan bahwa di Kota Magelang akan sangat begitu mudah ditemui tentara berseragam berlalu lalang di wilayah kota. Militer juga selalu ikut berpartisipasi

dalam kegiatan festival-festival yang diadakan oleh Pemerintah Kota Magelang.



Gambar 6. Akademi Militer
[Sumber: www.akmil.ac.id, 1 September 2018]

Nuansa Militer di Kota Magelang memang sudah kuat sejak zaman penjajahan Jepang. Magelang adalah *Garnisun* atau Kota Militer, sehingga pada waktu Agresi Militer Belanda I dan II, Belanda selalu berusaha untuk merebut kekuasaan Jepang [10].

Kota Magelang merupakan kota yang menunjukkan sinergitas masyarakat dan kerukunan antar umat beragama. Hal tersebut ditunjukkan dengan tata bangun tempat ibadah yang saling berdampingan di sekeliling alun-alun kota, yakni Masjid Agung Magelang, Gereja Santo Ignatius, GPIB Beth-El Magelang dan Klenteng Liong Hok Bio. Magelang juga dikenal sebagai Kota Gethuk, karena gethuknya yang khas dan melegenda.

Kota Magelang didominasi oleh situs-situs budaya. Situs-situs budaya tersebut antara lain berwujud bangunan markas militer tentara Jepang, saluran irigasi, Gerbang Kerkhoof, Water Toren, Plengkung. Bangunan bersejarah tersebut kini menjadi cagar budaya. Melimpahnya situs budaya tersebut merupakan aset penting yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Selain itu, aset budaya tersebut juga mengandung nilai sejarah yang penting untuk dilestarikan. Oleh karena itu, sebaiknya dimanfaatkan sebagai wahana pemerkuat identitas Kota Magelang sebagai kota Sejuta Bunga.



Gambar 7. Gerbang Kerkhoof

[Sumber: Foto Galih Putra P., 11 September 2017]

Contoh situs yang bisa dimanfaatkan ialah Gerbang Kerkhoof. Gerbang Kerkhoof di bangun pada tahun 1906. Pada bagian dinding atas/fasadnya dulu terukir tulisan berbahasa latin yaitu "MEMENTO MORI" yang artinya ingatlah selalu pada kematian [8]. Namun sayangnya, saat ini tulisan di bagian atas gerbang tersebut sudah hilang dan ditulis ulang pada dinding informasi yang dibangun di tengah gerbang. Gerbang yang awalnya merupakan gapura untuk masuk menuju ke dalam kompleks makam orang Belanda yang berkesan seram dan mistis, saat ini sudah ada pergeseran nilai historis dan nilai fungsionalnya. Saat ini Gerbang Kerkhoof masih di lestarikan oleh pemerintah kota dan menjadi asesoris jalanan kota.



Gambar 8. Plengkung Jl. Pierre Tendeau

[Sumber: Foto Galih Putra P., 11 September 2017]

Contoh berikutnya yang bisa dimanfaatkan ialah situs yang dikenal dengan nama Plengkung. Bangunan terowongan yang menyerupai benteng tersebut sebenarnya adalah saluran irigasi yang membelah tengah kota. Saluran air tersebut terbentang sepanjang 6,5 km dan ditandai dengan 3 plengkung [8].

Sejak zaman Kolonial hingga saat ini, saluran irigasi tersebut tidak pernah membanjiri kota dan masih bisa dimanfaatkan untuk keperluan masyarakat Kota Magelang.



Gambar 9. Landmark Water Toren

[Sumber: Foto Galih Putra P., 11 September 2017]

Water toren (tempat penampungan air yang bentuknya mirip kompor raksasa) merupakan artefak yang terletak di sudut alun-alun Kota Magelang ini merupakan tempat penampungan air Pemerintah Kota Magelang. Penampungan air memiliki tinggi 21,2 meter dan memiliki 32 pilar serta daya tampung 1,750 juta liter air. Dibangun pada tahun 1916 dan beroperasi pada tanggal 2 Mei 1920.[8] *Water toren* saat ini merupakan salah satu *landmark* yang paling mengakar di benak masyarakat Kota Magelang.

Contoh gerbang kota yang bisa dimanfaatkan ialah gerbang kota yang terletak di Sambung, Magelang yang merupakan jalur masuk dari arah Semarang, Wonosobo, dan Temanggung.



Gambar 10. Gapura selamat datang Kota Magelang

[Sumber: www.budayamagelang.com, 1 April 2018]

3.3 Pendekatan Kearifan Lokal dalam Mendukung Pengembangan *Branding City* Magelang Kota Sejuta Bunga

City branding atau *branding* kota merupakan salah upaya perencanaan pembangunan wilayah kota/daerah sebagai upaya meningkatkan daya saing menghadapi

kompetisi di kancah internasional. *Branding* kota pada era global ini banyak memungut kearifan-kearifan lokal yang tidak dipunyai daerah lain. Dengan kata lain, *branding* bisa dikatakan sebagai upaya menjawab tantangan zaman.

Salah satu penelitian Prabowo [11] perihal permasalahan yang dihadapi oleh Kota Magelang dalam hal branding sebagai Kota Sejuta Bunga mengungkapkan adanya kenyataan bahwa selain fakta pada zaman kolonial Magelang disebut sebagai Tuin van Java, ternyata dalam perkembangan kota selanjutnya antara lain: tidak pernah ada tradisi: (a) menanam bunga; (b) sentra utama produksi bunga; (c) kegiatan ekonomi yang melibatkan bunga; dan (d) kebudayaan dan kesenian yang langsung bisa dikaitkan dengan bunga, yang secara turun-temurun dan berlangsung beberapa generasi di wilayah Magelang.

Permasalahannya, pencitraan sebuah kota sering terjebak sekadar pada aktivitas yang sifatnya artivisial. Misalnya sekadar membuat jargon tetapi tidak relevan dengan karakteristik kota atau tidak mengintegrasikan jargon tersebut dengan master plan pembangunan kota, atau prinsip pelayanan kepada masyarakat dan sebagainya.[12] Dalam konteks *branding* Magelang Kota Sejuta Bunga tentunya masih menjadi program yang berkategori belum terlalu lama. Hal ini jika ditilik dari rentang perencanaannya yang baru dimulai tahun 2012. Namun demikian, sebagai kota yang sedang dalam tahap pembangunan *branding* patut bagi Kota Magelang melihat beragam kearifan lokalnya. Hal ini mengingat kearifan lokal dengan aneka karakteristiknya yang dimiliki Kota Magelang cukup melimpah. Hal ini menjadi peluang bagi Pemerintahan Kota Magelang menguatkan *branding*-nya.

Rachmadi menuliskan bahwa dalam penciptaan ruang publik atau yang menjadi simbol kawasan sebaiknya tidak hanya mengutamakan sisi keindahan namun juga harus memperhatikan unsur sosio-estetik yang mengakomodasi, *memory cultural*, edukasi dan wahana rekreasi [13]. Sementara itu, menurut Yananda dan Salamah *branding* kota tidaklah harus menunggu suatu daerah seperti kota, kabupaten, dan provinsi maju secara sudut pandang ekonomi. Basis ekonomi seharusnya

tidak menghambat daerah-daerah untuk memanfaatkan perangkat *branding* dalam upaya membangun daerah. Hal ini karena pembangunan yang memanfaatkan *branding* menganjurkan berbasis identitas atau karakter dari daerah atau wilayah [14].

Anholt menuliskan, ada tiga resep untuk menggerakkan dan membangun citra kota; *Strategi*, mengetahui *positioning* kota dan rencana implementasinya; *Subtansi*, langkah implementasi dalam bentuk kegiatan dalam berbagai bidang; *Simbolik*, subtansi yang sugestif, menonjol, mudah diingat, indah punya nilai, menyentuh [15].

Dalam resep simbolik, wujud merupakan susunan unsur-unsur desain yang dibentuk secara utuh, seimbang dan terarah, sehingga tercipta karya yang menarik. Susunan yang menarik diperlukan untuk mempermudah indera manusia menangkap bobot atau ide gagasan dari karya. Bobot dari sebuah karya merupakan hasil dari konsep strategi yang sudah dibentuk. Untuk mempermudah proses pengkomunikasian ide, sebuah karya harus ditampilkan melalui berbagai media yang lengkap dan ditempatkan dengan tepat. Visualisasi Magelang Kota Sejuta Bunga yang menyeluruh dan menyentuh berbagai elemen, termasuk tata kota, suasana, dan media promosi yang bernilai artistik dan unik akan menimbulkan kesan yang mendalam bagi masyarakat Magelang maupun masyarakat yang sedang berkunjung, sehingga menjadi memori indah yang selalu dirindukan

Berdasarkan fakta di lapangan, Kota Magelang memiliki kearifan lokal di bidang warisan budaya. Warisan-warisan tersebut dimulai dari masa kerajaan Mataram Kuno, kemudian masa kolonial Belanda dan Inggris. Berdasarkan kisah sejarah yang tertulis pada buku profil budaya Kota Magelang tahun 2016, Magelang sudah menjadi kawasan primadona sejak zaman Mataram Kuno. Walaupun secara fisik bangunan tidak ditemukan jejak peninggalannya, namun ditemukan beberapa prasasti yang bisa dijadikan bahan rujukan sejarah Magelang, yakni Prasasti Poh, Prasasti Mantyasih, Prasasti Pananggalan, dan Prasasti Tuk Mas. Zaman Mataram Kuno lebih banyak meninggalkan warisan pengaruh budaya dan kesenian masyarakat.

Teridentifikasi jumlah potensi kebudayaan di Kota Magelang meliputi: 222 kelompok seni budaya, 1 Gedung Kesenian yang terletak di Lantai 2 bekas Gedung Sasana Bumi Kiai Sepanjang yang digunakan bersama Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah, dan 5 museum (hal. II.44-45). Analisis kinerja dalam hal capaian aktivitas seni dan budaya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I

Perkembangan Seni dan Budaya Kota Magelang Tahun 2011 – 2015

[Sumber: RPJMD Kota Magelang 2012-2021 hal II.45]

No	Uraian	Capaian				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Jumlah Grup Kesenian	1	1	1	1	2
		6	6	6	6	2
		0	0	2	4	2
2	Jumlah Gedung Kesenian	0	0	1	1	1
3	Museum	5	5	5	5	5

Tabel II

Aktivitas Seni dan Budaya Kota Magelang Tahun 2011 – 2015

[Sumber: RPJMD Kota Magelang 2016-2021 hlm. II.125]

No	Uraian	Capaian				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Penyelenggaraan festival seni dan budaya	18	18	21	22	15
2	Sarana penyelenggaraan seni dan budaya	8	8	8	8	9
3	Benda, situs dan kawasan cagar budaya yang dilestarikan	36	36	36	35	35

Pada masa kolonial Belanda, Kota Magelang menjadi tempat andalan untuk menyimpan logistik kolonial berupa beras dan menjadi tempat peristirahatan favorit karena sejuk dan nyaman. Hal ini lah yang menyebabkan banyak bangunan cagar budaya yang dibangun di Kota Magelang, ditambah lagi ketika Magelang dikuasai Inggris dan dijadikan salah satu wilayah pusat pemerintahan. Berdasarkan *masterplan* pembangunan Seni Budaya Kota Magelang tahun 2017, tercatat Magelang memiliki kelompok seni budaya sebanyak 222 dan seniman/budayawan tercatat sejumlah 172 orang. Jenis kesenian yang paling menonjol di

Kota Magelang adalah musik religi dan tari tradisional. Kota Magelang memiliki bangunan cagar budaya sebanyak 35 bangunan dan 5 museum. Di Kota Magelang bangunan kolonial tersebar di seluruh wilayah kecamatan, seperti *Water Toren*, Komplek Kantor Karisedan Kedu, Kompleks Akmil, Gerbang Kerkhoof, saluran irigasi, gereja-gereja, rumah sakit, dan lain sebagainya. Museum di Kota Magelang seperti, Museum Diponegoro, Museum Soedirman, Museum BPK, OHD, dan lain sebagainya. Kota Magelang juga memiliki 16 jenis upacara tradisional. Selain itu, peninggalan sejarah yang bersifat religi juga menjadi salah satu destinasi favorit yang dimiliki Kota Magelang, seperti makam Syekh Subakir di wilayah Gunung Tidar[16].

Berpijak dari penjelasan di atas, menjadi tepat apabila *branding* Magelang sebagai kota sejuta bunga dipadukan dengan kekuatan kearifan lokalnya. Kearifan lokal Kota Magelang dengan tiga karakteristik utamanya yaitu kearifan lokal geografis, historis, dan budaya dapat menjadi penguat *branding* Magelang sebagai kota sejuta bunga. Citra Kearifan lokal tidak dimaksudkan mengubah *branding* sebelumnya. Hal ini mengingat *branding* kota sejuta bunga pun sejatinya bagian dari kearifan lokal historis sebagai *Tuin van Java* di masa pemerintahan kolonial Belanda. Sejalan dengan itu, *branding* kota sejuta bunga tidak dapat lepas dari kondisi geografis Kota Magelang sebagai daerah pegunungan yang berhawa sejuk. Terlebih apabila melihat bangunan-bangunan lawas peninggalan pemerintahan kolonial Belanda menjadi pemandangan tersendiri di Kota Magelang. Dengan demikian, komposisi kearifan lokal geografis, historis, dan budaya akan menjadi sinergi yang tepat bila dipadukan sebagai sebuah *branding*.

Berdasarkan pada substansi RPJPD Kota Magelang Tahun 2005-2025 tersebut, diketahui bahwa ada keterkaitan yang cukup erat antara arah pembangunan jangka panjang daerah Kota Magelang dengan kebijakan Magelang Kota Sejuta Bunga (Kebijakan MKSB). Dalam jangka panjang, Kota Magelang akan diwujudkan sebagai Kota Jasa yang berbudaya, maju dan berdaya saing dalam masyarakat madani; tujuan Kota Magelang ini selaras dan dipertajam pencapaiannya dengan pencaangan tujuan MKSB, yaitu: (a) Mewujudkan kondisi kebersihan, keindahan,

ketertiban, dan kenyamanan untuk mendukung terwujudnya Kota Sejuta Bunga, (b) Meningkatkan penampilan Kota Magelang sebagai Kota Jasa yang lebih menarik, (c) Menciptakan merek (brand) sebagai citra Kota Magelang, untuk memasarkan Magelang sebagai Kota Jasa, (d) Menumbuhkan agribisnis tanaman hias sebagai salah satu penggerak ekonomi Kota Magelang, dan (e) Meningkatkan kualitas lingkungan hidup [11].

4. KESIMPULAN

Membangun citra sebuah kota membutuhkan upaya visualisasi yang utuh antara *landmark*, ikon, simbol kota, dengan potensi yang ada. Saat ini Kota Magelang sedang bertumbuh dalam upaya membangun dirinya dengan *branding* atau citra kota sejuta bunga. Upaya pembangunan citra tersebut merupakan salah satu upaya membangun narasi historis Kota Magelang di mana pada masa pemerintahan kolonial Belanda dikenal sebagai kebun/tamannya Pulau Jawa (*Tuin van Java*). Kesadaran bersejarah tersebut kemudian diejawantahkan melalui *masterplan* Kota Magelang yang dimulai tahun 2012 sebagai kota sejuta bunga. Bertemali dengan itu, Kota Magelang juga memiliki potensi besar dengan mengembangkan citra kota sejuta bunga dengan turut menggali potensi kearifan lokal. Hal ini mengingat potensi kearifan lokal di Kota Magelang cukup melimpah. Potensi kearifan lokal Kota Magelang dapat dikategorikan ke dalam tiga karakteristik, yakni kearifan lokal geografis, kearifan lokal historis, dan kearifan lokal budaya. Citra Kearifan lokal tidak dimaksudkan mengubah *branding* sebelumnya. Hal ini mengingat *branding* kota sejuta bunga pun sejatinya bagian dari kearifan lokal historis sebagai *Tuin van Java* di masa pemerintahan kolonial Belanda. Sejalan dengan itu, *branding* kota sejuta bunga tidak dapat lepas dari kondisi geografis Kota Magelang sebagai daerah pegunungan yang berhawa sejuk. Terlebih apabila melihat bangunan-bangunan lawas peninggalan pemerintahan kolonial Belanda menjadi pemandangan tersendiri di Kota Magelang. Dengan demikian, komposisi kearifan lokal geografis, historis, dan budaya akan menjadi sinergi yang tepat bila dipadukan sebagai sebuah *branding*. Sebuah konsep *city branding* yang berakar dari kearifan lokal akan membuat masyarakatnya merasa terwakili, sehingga masyarakat tersebut akan merasa

memiliki yang kemudian ikut menjaga dan melestarikan. Dengan konsep *city branding* yang mewakili karakteristik dan refleksi keadaan kota itu sendiri, maka konsep *city branding* tersebut akan mampu meningkatkan rasa kedaerahan serta rasa tanggung jawab masyarakat untuk bertindak dan mewujudkannya citra kota dalam kehidupan sehari-hari.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya penelitian ini: Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Pemerintah Kota Magelang, dan para narasumber. Mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat dan dapat penulis kembangkan pada penelitian-penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardian, "Majalah Mix Majalah MIX Magz edisi 20 September – 18 Oktober 2016," *PT SWA Media International Jakarta Pusat*, Jakarta.
- [2] Ilexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Rosdakarya, 2002.
- [3] N. Henry, "Diskursus Pelestarian Seni Budaya Keroncong," *J. Sosiol. DILEMA*, vol. 32, no. 2, pp. 52–63, 2017.
- [4] BAPPEDA Kotamadya Magelang 2011, *Masterplan Magelang Kota Sejuta Bunga*. Magelang, 2011.
- [5] *Peraturan Daerah (Perda) Kota Magelang No.11 Tahun 2014*. .
- [6] A. M. Afrilia, "CITY BRANDING BERBASIS LOCAL WISDOM DALAM KAMPANYE ' BETTER BANYUMAS ,' " vol. 3, no. 2, pp. 32–42, 2018.
- [7] H. Susiatiningsih, N. Farabi, S. Paramasatya, and S. Puspapertiwi, "Memperkuat Lokalitas Kota Semarang di Era Globalisasi melalui Diplomasi Lokal," *J. Glob. Strateg.*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2018, doi: 10.20473/jgs.12.1.2018.1-15.
- [8] BAPPEDA Kotamadya Magelang, *Sejarah Kota Magelang*. Magelang, 2011.
- [9] A. Furqon, "Sejarah Islam Di Pulau Jawa." [Online]. Available: klva.vokasi.ub.ac.id. [Accessed: 31-Jul-2018].
- [10] BAPPEDA Kotamadya Magelang, *Magelang Pasca Proklamasi*. Magelang,

- 2015.
- [11] B. N. Prabowo, "Kajian Citra Kota dalam City-Branding Magelang Kota Sejuta Bunga," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
 - [12] B. Widodo, "STRATEGI PENCITRAAN KOTA (CITY BRANDING) BERBASIS KEARIFAN LOKAL (Studi Kasus di Kota Solo, Jawa Tengah dan Kabupaten Badung, Bali)," *Profetik*, vol. 7, no. 2, pp. 33–44, 2014.
 - [13] G. Rahmadi, *Ruang Bermain Perumahan SPP Sariwangi Bandung*. ISI Yogyakarta, 2018.
 - [14] S. P. Y. Lauwrentius, Stephen, Achmad Yanu Alif Fianto, "Penciptaan City Branding Melalui Maskot sebagai Upaya Mempromosikan Kabupaten Lumajang," *J. Komun. Vis.*, vol. 2, no. 2, 2014.
 - [15] S. Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Region*. London, 2007.
 - [16] BAPPEDA Kotamadya Magelang, *Masterplan Pembangunan Kebudayaan Kota Magelang Tahun 2017*. Magelang, 2017.