

PEMANFAATAN BUDAYA LOKAL SARONEN DALAM PROSES MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS*

Mohammad Insan Romadhan¹

ABSTRACT

Indonesia is blessed with a variety of tribes and cultures that abound and have a uniqueness-uniqueness of diverse between tribes and cultures with one another. based on this the researcher interested to study about local culture as activity in process of public relations management especially at local culture that exist in madura. Researchers interested in researching on the local culture in Madura because madura is one of the typical culture and large enough that exist in Indonesia, besides madura is also one of the areas that have cultural diversity, such as one of which is the saronen culture, cow culture, culture sonok cattle and the majority of residents still hold firm local culture in the area. literature review used is the process of public relations management. This research method using qualitative approach, While the type of descriptive research. The results of this study indicate that the culture has been embedded into various activities in society in Indonesia including the process of public relations management

ABSTRAK

Indonesia dikarunia berbagai suku dan budaya yang melimpah ruah dan memiliki keunikan-keunikan yang beranekaragam antara suku dan budaya yang satu dengan yang lain. berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk menelaah mengenai budaya lokal sebagai aktivitas dalam proses manajemen public relations khususnya pada budaya lokal yang ada di madura. Peneliti tertarik untuk meneliti pada budaya lokal di madura dikarenakan madura merupakan salah satu budaya yang khas dan cukup besar yang ada di Indonesia, selain itu madura juga merupakan salah satu daerah yang memiliki keanekaragaman budaya, seperti salah satunya yaitu budaya saronen, budaya kerapan sapi, budaya sapi sonok dan penduduknya mayoritas masih memegang teguh budaya lokal yang ada di daerah tersebut. kajian pustaka yang digunakan adalah proses manajemen public relations. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Sedangkan jenis penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa budaya sudah melekat ke dalam berbagai aktivitas pada masyarakat di Indonesia termasuk di antaranya proses manajemen public relations.

¹Mohammad Insan Romadhan, dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi , FISIP Untag Surabaya

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai bangsa dan negara yang memiliki keberagaman suku dan budaya memiliki keunikan tersendiri dibanding negara-negara lain yang ada di dunia, sebagai masyarakat Indonesia kita wajib berbangga karena bangsa dan negara ini dikarunia berbagai suku dan budaya yang melimpah ruah dan memiliki keunikan-keunikan yang beranekaragam antara suku dan budaya yang satu dengan yang lain. Suku dan budaya di Indonesia jangkakan dalam cakupan yang luas seperti antara pulau satu dengan pulau yang lain, antara daerah satu dengan daerah yang lain dalam cakupan yang lebih sempit suku dan budayanya sudah berbeda bahkan antara kota satu dengan kota yang lain juga bisa berbeda.

Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia adalah bangsa dan negara yang sangat beragam suku dan budayanya, dengan negara yang terbentuk dari latar belakang budaya membuat budaya tersebut melekat pada masyarakat indonesia bertahun-tahun lamanya dan budaya sudah menjadi interaksi dalam kehidupan bermasyarakat baik itu dalam lingkup keluarga sampai dengan lingkup pemerintahan.

Pada lingkup keluarga misalnya pada budaya jawa *salim (mencium tangan orangtua)*, setiap anak ketika berpamitan untuk keluar rumah maka anak tersebut akan *salim* kepada orangtuanya dengan tujuan untuk menunjukkan rasa hormatnya kepada orangtua. Kemudian pada lingkup rukun tetangga, dalam budaya jawa *nyuwun sewu (membukukan badan pada yang lebih tua)*, setiap orang yang lebih muda jika dia melewati atau berjalan didepan orang yang lebih tua maka orang tersebut akan membukukan badan, hal tersebut bukan untuk merendahkan diri atau meninggikan orang yang lebih tua, melainkan sebagai bentuk rasa hormat kita pada orang yang lebih tua. salah satu contoh lagi yaitu budaya *ater-ater* pada masyarakat madura, ketika pada tanggal satu muharam (tahun baru hijriah) misalnya, orang-orang akan saling mengantarkan makanan ke tetangganya masing-masing, hal tersebut bertujuan untuk berbagi kepada tetangganya.

Contoh lagi budaya *unjung-unjung*, pada saat idul fitri hampir seluruh masyarakat indonesia akan mengunjungi sanak saudaranya,

tetangga, kerabat. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk bersilaturahmi dan biasanya dibarengi dengan saling meminta maaf. dengan budaya yang sudah menjadi bagian dalam interaksi pada masyarakat indonesia seperti yang dicontohkan di atas, maka tidak heran jika budaya juga bisa masuk ke dalam suatu proses manajemen, salah satunya adalah proses manajemen public relations. oleh karena itu pada peneliti tertarik untuk menelaah mengenai budaya lokal sebagai aktivitas dalam proses manajemen public relations khususnya pada budaya lokal yang ada di madura.

Peneliti tertarik untuk meneliti pada budaya lokal di madura dikarenakan madura merupakan salah satu budaya yang khas dan cukup besar yang ada di Indonesia, selain itu madura juga merupakan salah satu daerah yang memiliki keanekaragaman budaya, seperti salah satunya yaitu budaya saronen, budaya kerapan sapi, budaya sapi sonokdan penduduknya mayoritas masih memegang teguh budaya lokal yang ada di daerah tersebut. Masyarakat madura juga merupakan salah satu suku yang sangat luas dalam penyebarannya di Indonesia, seperti yang kita ketahui hampir di seluruh daerah di Indonesia terdapat orang madura.

KAJIAN PUSTAKA

Pendekatan lama dalam memecahkan sebuah masalah public relations dengan menggunakan intuisi dan pengalaman dianggap sudah usai, maka pada bentuk public relations yang digunakan sekarang menurut Cutlip, Center dan Broom (2009) adalah dengan menggunakan proses empat langkah, tahap pertama yaitu mendefinisikan masalah (atau peluang).

Pada langkah pertama ini mencakup dengan penyelidikan, memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan, dan dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan organisasi. Tahap yang kedua adalah perencanaan, informasi yang dikumpulkan pada tahap pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi. Kunci utama dalam menyusun suatu rencana secara logis adalah pemahaman terhadap situasi yang ada (Jefkins & Yadin, 2003).

Tahap ketiga yaitu tindakan dan komunikasi, pada langkah ini adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan yang spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan. Tahap keempat atau tahap terakhir dalam proses manajemen publik relations ini adalah mengevaluasi program, langkah ini adalah untuk melakukan penilaian atas persiapan, implementasi dan hasil dari program.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moloeng, 2002:3).

Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan data-data berupa narasi-narasi dalam kalimat yang berasal dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti. Sedangkan jenis penelitian deskriptif adalah menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2009:21).

Objek penelitian ini adalah pemerintah kota surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi. Sedangkan untuk analisis data berdasarkan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan tiga jalur analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Sebelum pada pembahasan mengenai budaya sebagai aktivitas proses manajemen public relations, peneliti akan membahas mengenai budaya lokal yang ada di madura, yang salah satu budayanya yaitu budaya saronen, Budaya musik saronen adalah musik khas Madura yang memiliki karakteristik yang khas yang terdiri dari sembilan instrumen musik yang khas. Kesembilan instrumen musik saronen ini terdiri dari : 1 saronen, 1 gong besar, 1 kempul, 1 satu kenong besar, 1 kenong tengahan, 1 kenong kecil, 1 korca, 1 gendang besar, 1 gendang kecil.

Musik saronen sejumlah sembilan dikarenakan hal tersebut disesuaikan dengan nilai filosofis Islam yang merupakan kalimat pembuka dari Alqur'an yaitu "bismillahirrahmanirrahim" yang kalau diucapkan terdiri dari sembilan ejaan yaitu bis mil lah hir rah ma nir ra him. Hal tersebut merupakan dampak dari budaya musik saronen yang pada perkembangannya digunakan untuk media dakwah agama islam.



Gambar 1. Budaya Musik Saronen

Sumber: Wikipedia.com

Sejarah keberadaan musik saronen berkaitan sangat erat dengan penyebaran dan penyiaran agama islam di Madura khususnya di Sumenep. Musik saronen muncul pertama kali dibawa oleh Kiai Hatib Sendang, yang merupakan putera ulama yang pertama kali datang ke Sumenep. Kiai Hatib itu sendiri bermukim di desa Sendang Kecamatan Paragaan, yang juga merupakan tempat dengan pondok pesantren yang pertama di Madura. (<http://muslimlokal.blogspot.co.id/> akses 4 maret 2018).

Pada salah satu website orang madura juga disebutkan mengenai saronen yaitu suatu kombinasi tarian dan musik yang berasal dari kota sumenep, yang biasanya dimainkan secara berkelompok yang terdiri dari terompet, gong, rebana dsb yang dimainkan dengan cara berdiri diiringi musik saronen serta lenggak-lenggok para pemain rebana dan gong sambil menabuh gendang dan meniup terompet, biasanya Saronen ditampilkan ketika acara pesta rakyat, syukuran rakyat, karapan sapi, penyambutan tamu dsb. (plat-m.com/ askes 9 maret 2018).

Budaya berikutnya yang juga sangat terkenal dari madura adalah kerapan sapi, siapa yang tidak mengenap kerapan sapi? Hampir semua masyarakat di Indonesia mengenal apa itu kerapan sapi. Budaya kerapan sapi yang berasal

dari madura ini adalah suatu perlombaan balapan sapi yang dimana balapan tersebut hampir sama dengan balapan pacuan kuda, akan tetapi karapan sapi ini biasanya menggunakan dua ekor sapi dengan satu orang penunggang atau biasa disebut Joki. Penunggang sapi ini biasanya dipilih orang yang paling kecil sehingga tidak membebani sapi yang ditungganginya.



Gambar 2. Budaya Kerapan Sapi

Sumber: www.kelilingnusantara.com

Awal mula adanya kerapan sapi ini dilatar belakangi oleh suburnya tanah di madura, sehingga orang-orang yang di daerah pesisir memilih mencari ikan dan yang daerah jauh dari pesisir memilih untuk bertani dan sekaligus berternak sapi. Biasanya sapi tersebut digunakan untuk membajak tanah pertanian dan untuk mendapatkan sapi yang kuat dalam membajak sawah, maka munculnya ide untuk membuat karapan sapi dan seiring berjalannya waktu hal tersebut menjadi suatu tradisi.

Budaya selanjutnya adalah Sapi Sonok, berbeda dengan kerapan sapi yang menonjolkan kecepatan sapi dalam perlombaan dan sapinya yang digunakan adalah sapi jantan, maka sapi sonok lebih kepada menonjolkan sisi kecantikan dari sapi tersebut dan sapi yang digunakan dalam kontes sapi sonok ini adalah sapi betina. Sepasang sapi betina yang ada di karnaval budaya lebih menonjolkan keindahan dan keserasian pasangan sapi. Dengan penuh hiasan di badan sapi seperti sepasang pengantin, kemudian berjalan berleggak – leggok mengikuti alunan musik tradisional dari Gong, Terompet dan Kenong. (<http://www.pulaumadura.com/2015/10/sejarah-tradisi-dan-kontes-sapi-sonok.html>/ askes 9 maret 2018).



Gambar 2. Budaya Kerapan Sapi

Sumber: www.kelilingnusantara.com

Sapi sonok sejarah kemunculannya adalah dengan adanya kebiasaan para petani dengan setiap hari merawat sapi ternak mereka dengan cara memandikan, kemudian setelah sapi-sapi tersebut ditali pada sebuah kayu yang menancap dan sapi tersebut berjejer rapi. Hal tersebut memunculkan keisengan para petani untuk melakukan sebuah pemilihan sapi tercantik, termulus dan terbaik. Seiring berjalannya waktu, hal tersebut berkembang menjadi kontes tingkat desa, kecamatan dan sampai pada kabupaten. Sejak saat itulah sapi-sapi yang mengikuti kontes tersebut diberikan nama sebagai sapi sonok

Pada proses manajemen public relations, budaya lokal bisa berperan sebagai bagian dari proses tersebut, salah satunya pada saat *public relations* memiliki agenda untuk menerima kunjungan tamu misalnya, maka dalam proses manajemen public relations langkap awal yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi masalah.

Pada proses ini bisa menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang salah satunya bisa menggunakan prinsip jurnalis yaitu 5w 1h, seperti apa yang terjadi saat ini?, dimana terjadinya?, Kapan hal tersebut terjadi?, Siapa yang terlibat?, Mengapa ini terjadi? dan Bagaimana ini terjadi? dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang salah satunya “seperti apa yang terjadi saat ini?” Maka yang terjadi saat ini adalah akan ada tamu penting yang akan berkunjung.

Pada tahap perencanaan ini ketika akan kedatangan tamu tentunya memiliki tujuan agar hubungan yang terjalin setelah kunjungan tamu ini menjadi semakin erat dan harmonis, oleh karena itu public relations harus membuat suatu perencanaan, maka pada tahap ini salah satu perencanaan yang akan dilakukan adalah dengan

menampilkan budaya khas madura seperti budaya saronen misalnya.

Pada saat penyambutan tamu, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa saronen merupakan sebuah budaya musik yang dimainkan secara berkelompok yang terdiri dari terompet, gong, rebana dsb yang dimainkan dengan cara berdiri diiringi musik saronen serta lenggak-lenggok para pemain rebana dan gong sambil menabuh gendang dan meniup terompet, karena dianggap sebagai gambaran dari masyarakat madura, maka budaya saronen ini sering ditampilkan pada penyambutan tamu, dengan harapan bahwa selain untuk mengenalkan budaya madura, juga digunakan untuk memberikan penghormatan kepada tamu yang datang dengan disuguhkannya budaya saronen ini.

Setelah perencanaan sudah dilakukan, maka selanjutnya adalah tindakan aksi dan komunikasinya. Pada tahap ini adalah tahap dimana budaya saronen tersebut ditampilkan dihadapan para tamu, pada tahap ini representasi budaya saronen pada proses manajemen public relations khususnya aksi dan komunikasi bisa ditelaah secara lebih dalam

Pada budaya saronen ini untuk dari tariannya adalah dengan cara melenggak lenggok. Setiap pemain sambil memainkan alat musiknya sambil berlenggak lenggok ke kiri dan ke kanan. Berdasarkan penjelasan dari bunyi yang dihasilkan dan jenis tariannya, maka budaya saronen merepresentasikan masyarakat madura yang tegas dengan ditunjukkannya pada bunyi gong dan kenong, merepresentasikan masyarakat madura yang rancak dengan ditunjukkannya pada tarian lenggak lenggok dan juga pada bunyi dari korca dan kenong kecil, kemudian merepresentasikan budaya madura yang harmoni dan dinamis yang ditunjukkan dengan alat musik saronen.

Sedangkan dari tampilan secara keseluruhan budaya saronen ini menampilkan tampilan musik yang riang dan gembira, yang hal tersebut merepresentasikan masyarakat madura yang sebenarnya terbuka pada siapapun. Pada aksi komunikasi ini dengan ditampilkannya budaya saronen pada penyambutan tamu, diharapkan mampu memahami bahwa masyarakat madura ini adalah masyarakat yang

tegas, riang, dinamis dan harmoni, sekaligus sebagai bentuk penghormatan pada tamu.

Langkah terakhir dari proses manajemen public relations adalah evaluasi. Pada tahap ini yang dilakukan adalah menilai apa yang sudah dilakukan yaitu menilai apakah dengan ditampilkannya budaya saronen dalam penyambutan tamu membuat tamu menjadi lebih riang, terhibur dan tersenyum sehingga suasana pertemuan menjadi lebih hangat dan hubungan yang terjalin menjadi semakin erat. Berdasarkan penjelasan dalam proses manajemen public relations pada penyambutan tamu tersebut dapat terlihat bahwa sebenarnya di Indonesia budaya bisa masuk dalam lingkup apapun dan sangat mungkin bisa digunakan untuk suatu proses manajemen, salah satunya adalah proses manajemen public relations.

Pada saat ada agenda lainnya misalnya ketika akan ada suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan masyarakat madura kepada masyarakat luar, maka public relations membuat suatu identifikasi terhadap situasi dahulu berdasarkan prinsip jurnalis tersebut, setelah situasi teridentifikasi dan menemukan bahwa apa yang dibutuhkan agar masyarakat luar dapat memperhatikan dan mengetahui bagaimana itu budaya madura, maka public relations bisa membuat perencanaan untuk membuat suatu festival misalnya dengan menggelar sebuah perlombaan kerapan sapi dan kontes sapi sonok, selain memberikan hiburan kepada masyarakat madura itu sendiri festival perlombaan kerapan sapi dan kontes sapi sonok tersebut dapat lebih menarik perhatian masyarakat luar, sehingga ketika perhatian sudah didapatkan maka selanjutnya dapat menarik minat dari masyarakat untuk misalnya hadir dan datang langsung ke pulau madura.

Dengan semakin banyaknya masyarakat luar yang berkunjung ke madura, hal tersebut akan membuat madura semakin dikenal oleh masyarakat luas. Proses manajemen public relations selanjutnya adalah aksi komunikasi, pada aksi dan komunikasi ini maka budaya kerapan sapi ini dipertunjukkan dalam festival tersebut sebagai media dalam mengenalkan madura kepada masyarakat luas. Pada proses selanjutnya yaitu evaluasi, yaitu mengevaluasi apakah dengan menampilkan budaya kerapan

sapi dan budaya sapi sonok efektif dalam mengenalkan madura kepada masyarakat luas.

KESIMPULAN

Pada proses manajemen public relations, budaya lokal bisa dilibatkan sebagai salah satu aktivitas untuk mendukung proses tersebut. Hal tersebut dapat dilihat pada budaya lokal yang ada di madura sebagai bagian dari proses manajemen, seperti budaya saronen yang digunakan sebagai bagian dalam kegiatan penyambutan tamu yang tujuan untuk menjalin hubungan relasi yang lebih baik dan budaya kerapan sapi dan sapi sonok yang digunakan sebagai bagian dari kegiatan festival dengan tujuan untuk mengenalkan madura pada masyarakat luas. Dari ketiga contoh tersebut dapat disimpulkan bahwa budaya sudah melekat ke dalam berbagai aktivitas pada masyarakat di Indonesia termasuk di antaranya proses manajemen public relations.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Firdausi Ahsan. (9 maret 2018). Harapan bagi saronen. akses dari: <http://platform.com/harapan-bagi-saronen/>
- Cutlip, Center & Broom. 2009. Effective Public Relations Edisi 9. Jakarta: Kencana
- Jefkins & Yadin. 2003. Public Relations. Jakarta: Erlangga
- Moloeng, Lexy. 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurul Kholis. (4 maret 2018). Saronen dan sarana dakwah di madura. akses dari: <http://muslimlokal.blogspot.co.id/2014/01/saronen-dan-sarana-dakwah-di-madura.html>
- Rahyono. F.X. 2009. Kearifan Budaya dalam Kata. Jakarta: Wedatama Widyasastra.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabeta_, 2015. (9 maret 2018). Sejarah, Tradisi dan Kontes Sapi Sonok di Madura. Akses dari: <http://www.pulaumadura.com/2015/10/sejarah-tradisi-dan-kontes-sapi-sonok.html>