

Lentera Dari Timur

Keboundha

INDONESIA

Engkau mendapat salam dari kami semua para pemuda.

Sumpah
Pemuda
28 Oktober

*Hutan Lindung jadi Gurun Pasir
Petik Laut sebagai Khazanah Budaya
Menakar Essensi Hari Sumpah Pemuda*



SUSUNAN REDAKSI

Pemimpin Umum
Ahmad Masduki, M.Pd.

Pemimpin Redaksi
Andi Harmawan, ST.

Redaktur Pelaksana
H. Saroni, S.Pd., MM.

Redaktur
Dr. Bambang Suharto
H. Erwin Hismawan, S.St.
Mahfud, M.Pd.
Moh. Mansur, M.Pd.
Mashudi, S.Pd.

Staf redaksi
Ali Mustofa, M.Pd.
Drs. Marsuki
Samsuri, S.Pd.
Dra. Kanti rahayu
H. Slamet Utomo
Ir. Azhar Prasetyo
Arif Widayanto, S.E.
Dr. Hasyim Ashari
Suhariyanto, S.Pd.
Sutoyo, S.H.
Abdul Azis, S.E., S.Kom.
Soleh, SH.
Jumari Suyanto, ST.

Sekretaris Redaksi
Hariadi, S. Kom.

Art Grafis
Alkaisu Dana H.

Lay Out
Agung Bramatiyo

Fotografer
Andi Supriyanto

Pustaka
Lies Harini, S.T.

Produksi dan Sirkulasi
Bimo Diryo

Pemasaran/Pemasaran
Doni Afriyanto, S.E.
Jumrony S.
Edy S.
Widodo A. Prabowo
Herman

Kuangan
Nur harsini

Penerbit
CV. Tampo Mas Group
Jl. Halmahera 03 Tampo Cluring
Pencetak
CV. Brader Advertising

Lentera Dari Timur Keboundha

Pengantar Redaksi

Untuk kesekian kalinya kita menyampaikan kepada pembaca tentang nama dari Majalah ini agar pembaca mengerti dan paham betul tentang nama Keboundha dimana nama tersebut diilhami oleh seorang tokoh pemersatu Blambangan dalam menghadapi VOC pada waktu itu. Keboundha adalah salah satu tokoh motor penggerak berdirinya kerajaan baru yang anti VOC. Kerajaan baru di Bayu dapat dianggap sebagai bentuk proses terhadap campur tangan asing beserta semua akibatnya dengan rajanya Pangeran Pakis (I Made Sudjana, Negeri Tawon Madu, 2001, hal 70), Bayu berdiri tanggal 1 Agustus 1771. Menurut VOC Keboundha yang mengusulkan supaya desa-desa di sekeliling Bayu ditaklukkan dulu.

Keboundha meminta supaya para kepala desa memilih antara Jagapati atau kompeni, ternyata penduduk di sebelah barat dan timur menuju Bayu untuk memihaknya, sehingga Jagapati tersedia cukup banyak makanan untuk menghadapi para bupati Blambangan dan VOC, perang awal tanggal 2 Agustus 1771 pendatang baru mencapai 7.000 orang dengan pasukan bersenjata (menurut VOC).

Keboundha yang juga terkenal dengan Kebogegambol prajurit yang kebal biasa berperang (Babad Bayu ; 8-15). Keboundha mengamuk dalam berperang (Babad Bayu XXI : 1-7. Dalam tulisan Dr. Sri Margana Perebutan Hegemoni Blambangan 2012, hal 181 disebutkan : meskipun Jagapati telah gugur dalam Perang Bayu 11 Juni 1772, yang situasinya sangat memprihatinkan sebagian pemimpin Bayu memutuskan bertahan dan bertarung hingga mati, mereka terbagi menjadi empat kelompok yaitu : Bopo Larat dengan 300 orang, Bapaendo dengan 400 orang, Kyai Rupa dengan 200 orang, Malem dengan 300 orang demikianlah semangat Bayu yang anti VOC.

Kekalahan Bayu, dimana VOC menggunakan taktik perang tanpa amunisi, semua sawah ladang dari Alas Purwo sampai Banjar dan lain-lain dibakar sehingga di Bayu kelaparan dan banyak yang mati (laporan Residen Schophoff, VOC 3364; Margana, Perebutan Hegemoni Blambangan 2012; 1983). Setelah Perang Bayu selesai 11 Oktober 1772 Keboundha memimpin perang melawan VOC ke Nusa Barung di selatan Puger Lumajang.

Demikianlah Keboundha Bayu Blambangan Timur seperti Gajah Mada lahir dari keturunan siapa, gugur mana kuburnya tidak ada yang tahu. Hal itulah mengapa kita menamakan Majalah Keboundha yang selama ini tidak banyak masyarakat Banyuwangi yang tahu tentang ketokohan tersebut. Dengan telah tercetaknya majalah ini semoga dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca. Amin

Apabila Bapak/Ibu/Saudara Ingin Menulis Dan Dimuat di Majalah "Keboundha" Silahkan Hubungi Redaksi
Jalan Muncar 17 Srono
Hp. 085330261771, 085336145972
Email : keboendho@gmail.com
Wartawan Majalah "keboundha" tidak diperkenankan meminta/menerima sumbangan dalam bentuk apa pun dari narasumber, dibekali dengan

Lentera Dari Timur Keboundha

DAFTAR ISI

SMPN 2 Srono Sekolah Berbasis Talent Peserta Didik	04
Pariwisata Dulang Penguatan Suara Penguasa	05
Petik Laut Sebagai Khazanah Budaya	06
Pergeseran Pendidikan Karakter di Era Globalisasi	08
Menakar Esensi Sumpah Pemuda ke-87 di Era Globalisasi	10
Dongeng Melalui Syair Gandrung sebagai Penanaman Nilai	12
Cerita Banyuwangi	14
Seblang Bakungan Sebagai Penolak Bala	15
Banyuwangi Batik Festival 2015	16
Dzikir Akbar KK MI se Kabupaten Banyuwangi	17
Jambore Kementerian Agama di Margomulyo Glenmor	17
Wisuda Universitas PGRI Banyuwangi	18
Wisuda Sekolah Tinggi Kesehatan Banyuwangi	20
Banyuwangi Ethno Carnival 2015	21
Ngopi Sepuluh Ewu Desa Kemiren	22
Hutan Lindung Jadi Gurun Pasir	23
Operasi Katarak Gratis di Rumah Sakit NU Mangir Rogojampi ..	25
Latihan Dasar Kepemimpinan SMK di Gunung Kancil Bumiharjo	26
Bersih Desa Plampangrejo Cluring Nanggap Wayang	26
Bahasa Indonesia yang Terasing	27
Hari Santri dan Resolusi Jihad	30
Sekelumit tentang Bata Ringan	31
Sejarah Hukum di Indonesia	32
H. Saroni, S.Pd., MM.	34

TYPE	JENIS	UKURAN	HARGA	TYPE	JENIS	UKURAN	HARGA
Luar Belakang	Warna	Full	2 Juta	Adv	Hitam Putih	1 Lbr	1 Juta
		1/2	1 Juta			1/2 Lbr	500 Rb
		1/4	500 Rb				
		1/8	250 Rb				
Dalam Belakang	Warna	Full	1,5 Juta	Iklan	Warna	Full	1 Juta
		1/2	750 Rb			1/2	500 Rb
		1/4	400 Rb			1/4	250 Rb
		1/8	200 Rb			1/8	150 Rb

Pariwisata Dulang Penguatan Suara Penguasa

Oleh : Dr. Bambang Suharto (Dosen Universitas Negeri Gorontalo)



Beragam kegiatan yang dilombakan dari tingkat desa hingga tingkat nasional, seperti gerak jalan, karnaval, jalan sehat, panjat pinang, pameran, lomba memancing, dan festival layang-layang dimeriahkan selain untuk menyambut hari kemerdekaan juga sebagai alat mempromosikan produk pariwisata. Antusias masyarakat untuk terlibat dalam memperkenalkan produk pariwisata di bulan Agustus dan event yang lain itu semakin marak dengan di hadirinya para birokrat dan para pejabat daerah yang sekaligus disertai undangan artis-artis terkenal tampil di sela-sela event tersebut.

Semangat yang berapi-api dikobarkan oleh para pemimpin

desa dan pejabat lainnya, mereka iuran bersama atau mencari sponsor di antara mereka yang berduit sebagai panggilan bahwa apa yang dilakukan ini lebih menguntungkan dari pada pendahulunya yang berjuang berperang mengorbankan jiwa dan raga. Setiap sudut ruas jalan di kampung macet, dimaknai oleh sebagian masyarakat sebagai kemajuan. Beberapa masyarakat merasa diuntungkan dengan adanya kegaduhan aktivitas tersebut dengan mengais rezeki berjualan sehingga perekonomian wong cilik bergerak. Namun, sebagian yang lain menjerit karena anaknya yang harus mengikuti kegiatan-kegiatan Agustusan atau event yang lain untuk promosi pariwisata tersebut berbiaya cukup tinggi.

Pertanyaannya, siapa sebenarnya yang lebih diuntungkan dari semua kegiatan ini. Paradigma pariwisata yang menyejahterakan mencoba memberikan kajian dari empat tahapan untuk menjawab pertanyaan tersebut, yaitu pariwisata pada tahapan *introduction*, *euphoria*, *antagonis* dan *stagnation*.

Pertama, berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, di sini terlihat bahwa pariwisata sudah melewati tahapan pengenalan atau *introduction*. Misalnya, bentuk-bentuk produk pariwisata di pameran dikenalkan berbagai jenis usaha ekonomi kreatif baik yang beridologi kearifan lokal maupun modern, seperti sapu lidi, topi dari anyaman bambu, hortikultura

(Sambungan halaman 5)

agrowisata dan motor buatan SMK. Begitu juga kegiatan karnaval juga menunjukkan adanya keragaman budaya di daerah. Pesan yang disampaikan selain untuk menghibur dan mengenalkan produk pariwisata terkait peran dan kehadiran seorang penguasa, ingin mengenalkan dan menunjukkan keberhasilannya melalui produk-produk tersebut selama masa kepemimpinannya.

Kedua, awalnya masyarakat merasa terhibur. Mereka berpikir linear terpanggil ikut memeriahkan dan terlibat dalam euphoria kegaduhan aktivitas Agustusan atau bulan lainnya dengan dalih demi semangat perjuangan untuk kemajuan pariwisata. Merdeka dimaknai oleh sebagian masyarakat berupa kebebasan untuk bersenang-senang mengelu-elukan apa yang dianggapnya keberhasilan sang pemimpin dari aktivitas-aktivitas pariwisata tersebut. Orang-orang bangga dengan potensi-potensi alam dan budaya yang ada sebagai keunggulan komparatif bila dibandingkan dengan daerah-daerah lain.

Ketiga, apalah artinya keunggulan komparatif tersebut tidak diikuti oleh keunggulan bersaing sumberdaya manusia di daerah. Masyarakat cenderung kehilangan daya kritisnya terhipnotis oleh euphoria sesaat karena program-program penguasa dengan kepentingannya. Banyak rekayasa program berbiaya tinggi menggunakan anggaran uang rakyat asal kepentingan kampanye penguasa tercapai, program nasional atau pun internasional dan beberapa aktivitas pameran agustusan mesti produknya fiktif dengan bermodalkan pinjaman barang yang

bukan produksinya dipamerkan. Beberapa stand yang lain, produknya membeli bukan produksinya sendiri sehingga terlihat harga jual di pameran pun jauh lebih mahal daripada harga dipasaran umum. Gerak jalan banci, karnaval yang pesertanya bembuk-mabukkan pun ikut memeriahkan kemerdekaan. Program pariwisata yang berorientasi asal masyarakat senang mudah dibelokkan untuk kepentingan kampanye pencitraan penguasa dalam mendulang suaranya tanpa mengacu pada pariwisata budaya yang memiliki moralitas. Pencitraan merupakan salah satu rekayasa kepentingan penguasa agar orang mempunyai ketergantungan mengikuti dan akhirnya mudah dikuasai. Akhirnya, pariwisata yang seharusnya memberikan kontribusi kesejahteraan terhadap penduduk lokalnya, justru membebani masyarakat dengan biaya tinggi, mudah dikuasai dan merusak moralitas. Dikhawatirkan ketika masyarakat menyadari hal ini, mereka mulai melakukan gugatan. Masyarakat yang sebelumnya merasa euphoria bisa jadi berbalik tidak lagi mendukung bahkan cenderung melawan dan alergi terhadap pariwisata. Pada tataran ini masyarakat melakukan tahapan antagonis terhadap pariwisata.

Keempat, Bahayanya ketika hal ini terus berlarut-larut penguasa mempolitisi pariwisata sebagai alat pencitraan untuk kampanyenya dalam mendulang suara, pariwisata akan ada pada titik nadir stagnan. Pariwisata yang seharusnya dikembangkan di daerah-daerah yang lahannya tidak produktif, gersang, tandus, dan berpenduduk

miskin justru sebaliknya karena kepentingan instan penguasa.

Dari kajian keempat tahapan paradigma pariwisata yang menyejahterakan jelas penguasa yang paling diuntungkan dari kegiatan-kegiatan agustusan atau event-event yang lain untuk promosi pariwisata di daerahnya. Banyak pariwisata di daerah diduga dikembangkan dengan politik kepentingan penguasa, bukan murni kepentingan kesejahteraan rakyat. Indikator ini terlihat dari karakter perkembangan pariwisatanya tidak pernah langgeng, cenderung berhura-hura, bersifat instan, dan semakin lama semakin merepotkan atau menyibukkan masyarakat sekitarnya. Model pengembangan pariwisata seperti ini perlu diantisipasi dengan melibatkan masyarakat mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pemanfaatannya. Manfaatnya jelas bahwa masyarakat bukan untuk pariwisata tetapi pariwisata untuk masyarakat. Jadi, yang diuntungkan harus selalu mengarah kepada kepentingan masyarakat yang selalu menjadi lebih baik.

(Dr. Bambang Suharto, S.St., M.M.Par. lulusan Doktor Pariwisata Universitas Gajahmada Yogyakarta, Dosen dan Praktisi Pariwisata di Universitas Negeri Gorontalo Sulawesi Utara, asli putra Banyuwangi)

Melayani semua kebutuhan IT anda
 konsultasi call/sms : 085258312231



MULTIKOM CLURING JL. RAYA CLURING NO. 14 CLURING selatan pertigaan patung minak jingga

Brazer
 1 STOP PRINTING & ADVERTISING

- BANNER
- NEON BOX
- BRANDING MOBIL
- STEMPEL
- PAPAN NAMA
- STICKER
- UNDANGAN
- SPANDUK
- BUKU
- KARTU NAMA
- NAMA DADA
- DAN LAIN-LAINNYA

CETAK CEPAT *Gak Pake Lama*

JALAN BOLODEWO NO 37 KEBALEN KIDUL - ROGOJAMPI - 082231003880

LPK NUSANTARA GAKKOU

Pemagangan Jepang



LPK Nusantara Gakkou
 www.magang-jepang.com

Jl. Lestari RT/RW 03/03 Dusun Kebonsari
 Benculuk, Cluring, Kab. Banyuwangi, Jawa Timur



PEMAGANGAN

Call/SMS/WA
 081 249859973



P7. Dharmakerta Raharja

Jalan Teluk Pelabuhan Ratu 152 dan 42 Arjosari Malang (03411) 472320

Siap memberangkatkan ke
Malaysia **Hongkong** **Taiwan**
Singapore
Aliazair