

INTISARI

Secara umum, *rasulan* dikenal sebagai ritual untuk mengucapkan rasa syukur yang dilakukan oleh masyarakat Gunungkidul terhadap hasil panen yang didapatkan. Berbeda dengan apa yang biasa dikenal oleh masyarakat Gunungkidul, Kalurahan Karangmojo terindikasi memanfaatkan *rasulan* untuk kepentingan meningkatkan citra positif (*branding*). Citra positif memang pada beberapa kasus dapat membawa keuntungan materi. Kesadaran akan keuntungan yang dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, membuat Kalurahan Karangmojo tergerak untuk meningkatkan citra yang dimilikinya. Melalui penelitian ini, hubungan ritual *rasulan* dengan citra positif yang dibangun akan coba untuk diketahui.

Sebagai upaya mendapatkan jawaban yang relevan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan usaha observasi, wawancara, dan studi pustaka dalam pencarian datanya. Kemudian pada proses analisisnya dituliskan secara deskriptif agar dapat memberikan gambaran secara rinci sehingga hubungan dari *rasulan* dengan citra positif dapat terjawab.

Melalui penelitian ini ditemukan bahwa *rasulan* memiliki peran terhadap perolehan nilai yang diberikan oleh dewan juri kepada Kalurahan Karangmojo. Walaupun peran *rasulan* dianggap vital dalam tujuan meningkatkan citra positif, akan tetapi konflik sosial tetap tidak terhindarkan. Bahkan tidak berhenti di situ, *rasulan* secara tunggal tidak cukup untuk dapat meningkatkan citra positif dari Kalurahan Karangmojo yang membuat Kalurahan Karangmojo memutuskan untuk mengadakan kegiatan-kegiatan lain sebagai bentuk usaha di samping mengandalkan *rasulan*.

Kata kunci: *regional branding, rasulan, ritual, kohesi sosial*

ABSTRACT

In general, *rasulan* is known as a ritual to express gratitude performed by the people of Gunungkidul for their harvest. Unlike the common understanding of *rasulan* in Gunungkidul, the village of Karangmojo appears to utilize *rasulan* for the purpose of enhancing its branding. In some cases, branding can indeed bring material benefits. Awareness of these benefits, which can help improve the welfare of the community, has motivated Karangmojo to enhance its branding. This study aims to investigate the relationship between the *rasulan* and the branding being cultivated.

To obtain relevant answers, this study employs a qualitative method, including observation, interviews, and literature review for data collection. The analysis is the written descriptively to provide detailed depiction, allowing the relationship between the *rasulan* and the branding to be explained.

The findings of this study reveal that *rasulan* contributes to the scores given by the jury to Karangmojo. While the *rasulan* is considered vital in the objective of enhancing the branding of Karangmojo village, social conflict remains unavoidable. Furthermore, the *rasulan* alone is insufficient to significantly improve the branding of Karangmojo village. Consequently, Karangmojo village has decided to implement additional activities as part of their efforts, rather than relying solely on *rasulan*.

Keywords: regional branding, *rasulan*, ritual, social cohesion