

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Banyuwangi

a. Sejarah Kabupaten Banyuwangi

Merujuk data sejarah yang ada, sepanjang sejarah Blambangan kiranya tanggal 18 Desember 1771 merupakan peristiwa sejarah yang paling tua yang patut diangkat sebagai hari jadi Banyuwangi. Sebelum peristiwa puncak perang Puputan Bayu tersebut sebenarnya ada peristiwa lain yang mendahuluinya, yang juga heroik-patriotik, yaitu peristiwa penyerangan para pejuang Blambangan di bawah pimpinan Pangeran Puger (putra Wong Agung Wilis) ke benteng VOC di Banyuwalit pada tahun 1768.

Namun sayang peristiwa tersebut tidak tercatat secara lengkap pertanggalannya, dan selain itu terkesan bahwa dalam penyerangan tersebut kita kalah total, sedang pihak musuh hampir tidak menderita kerugian apapun. Pada peristiwa ini Pangeran Puger gugur, sedang Wong Agung Wilis, setelah Lateng dihancurkan, terluka, tertangkap dan kemudian dibuang ke Pulau Banda (Lekkerkerker, 1923). Berdasarkan data sejarah nama Banyuwangi tidak dapat terlepas dengan kejayaan Blambangan. Sejak jaman Pangeran Tawang Alun (1655-1691) dan Pangeran Danuningrat (1736-1763), bahkan juga

sampai ketika Blambangan berada di bawah perlindungan Bali (1763-1767), VOC belum pernah tertarik untuk memasuki dan mengelola Blambangan (Ibid.1923 :1045).

Pada tahun 1743 Jawa Bagian Timur (termasuk Blambangan) diserahkan oleh Pakubuwono II kepada VOC, VOC merasa Blambangan memang sudah menjadi miliknya. Namun untuk sementara masih dibiarkan sebagai barang simpanan, yang baru akan dikelola sewaktu-waktu, kalau sudah diperlukan. Bahkan ketika Danuningrat memina bantuan VOC untuk melepaskan diri dari Bali, VOC masih belum tertarik untuk melihat ke Blambangan (Ibid 1923:1046). Namun barulah setelah Inggris menjalin hubungan dagang dengan Blambangan dan mendirikan kantor dagangnya (komplek Inggrisian sekarang) pada tahun 1766 di bandar kecil Banyuwangi (yang pada waktu itu juga disebut Tirtaganda, Tirtaarum atau Toyaarum), maka VOC langsung bergerak untuk segera merebut Banyuwangi dan mengamankan seluruh Blambangan. Secara umum dalam peperangan yang terjadi pada tahun 1767-1772 (5 tahun) itu, VOC memang berusaha untuk merebut seluruh Blambangan. Namun secara khusus sebenarnya VOC terdorong untuk segera merebut Banyuwangi, yang pada waktu itu sudah mulai berkembang menjadi pusat perdagangan di Blambangan, yang telah dikuasai Inggris.

Dengan demikian jelas, bahwa lahirnya sebuah tempat yang kemudian menjadi terkenal dengan nama Banyuwangi, telah menjadi

kasus-beli terjadinya peperangan dahsyat, perang Puputan Bayu. Kalau sekiranya Inggris tidak bercokol di Banyuwangi pada tahun 1766, mungkin VOC tidak akan buru-buru melakukan ekspansinya ke Blambangan pada tahun 1767. Dan karena itu mungkin perang Puputan Bayu tidak akan terjadi (puncaknya) pada tanggal 18 Desember 1771. Dengan demikian pasti terdapat hubungan yang erat perang Puputan Bayu dengan lahirnya sebuah tempat yang bernama Banyuwangi. Dengan perkataan lain, perang Puputan Bayu merupakan bagian dari proses lahirnya Banyuwangi. Karena itu, penetapan tanggal 18 Desember 1771 sebagai hari jadi Banyuwangi sesungguhnya sangat rasional (banyuwangikab.go.id)

b. Asal usul Nama Banyuwangi

Dahulu kala wilayah ujung timur Pulau Jawa yang alamnya begitu indah ini dipimpin oleh seorang raja yang bernama Prabu Sulahkromo. Dalam menjalankan pemerintahannya ia dibantu oleh seorang Patih yang gagah berani, arif, tampan bernama Patih Sidopekso. Istri Patih Sidopekso yang bernama Sri Tanjung sangatlah elok parasnya, halus budi bahasanya sehingga membuat sang Raja tergila-gila padanya. Agar tercapai hasrat sang raja untuk membujuk dan merayu Sri Tanjung maka muncullah akal liciknya dengan memerintah Patih Sidopekso untuk menjalankan tugas yang tidak mungkin bisa dicapai oleh manusia biasa. Maka dengan tegas dan gagah berani, tanpa curiga, sang Patih berangkat untuk menjalankan titah Sang Raja.

Sepeninggal Sang Patih Sidopekso, sikap tak senonoh Prabu Sulahkromo dengan merayu dan memfitnah Sri Tanjung dengan segala tipu daya dilakukannya. Namun cinta Sang Raja tidak kesampaian dan Sri Tanjung tetap teguh pendiriannya, sebagai istri yang selalu berdoa untuk suaminya. Berang dan panas membara hati Sang Raja ketika cintanya ditolak oleh Sri Tanjung.

Ketika Patih Sidopekso kembali dari misi tugasnya, ia langsung menghadap Sang Raja. Akal busuk Sang Raja muncul, memfitnah Patih Sidopekso dengan menyampaikan bahwa sepeninggal Sang Patih pada saat menjalankan titah raja meninggalkan istana, Sri Tanjung mendatangi dan merayu serta bertindak serong dengan Sang Raja.

Tanpa berfikir panjang, Patih Sidopekso langsung menemui Sri Tanjung dengan penuh kemarahan dan tuduhan yang tidak beralasan. Pengakuan Sri Tanjung yang lugu dan jujur membuat hati Patih Sidopekso semakin panas menahan amarah dan bahkan Sang Patih dengan berangnya mengancam akan membunuh istri setianya itu. Diseretlah Sri Tanjung ke tepi sungai yang keruh dan kumuh. Namun sebelum Patih Sidopekso membunuh Sri Tanjung, ada permintaan terakhir dari Sri Tanjung kepada suaminya, sebagai bukti kejujuran, kesucian dan kesetiannya ia rela dibunuh dan agar jasadnya diceburkan ke dalam sungai keruh itu, apabila darahnya membuat air sungai berbau busuk maka dirinya telah berbuat serong, tapi jika air sungai berbau harum maka ia tidak bersalah.

Patih Sidopekso tidak lagi mampu menahan diri, segera menikamkan kerisnya ke dada Sri Tanjung. Darah memercik dari tubuh Sri Tanjung dan mati seketika. Mayat Sri Tanjung segera diceburkan ke sungai dan sungai yang keruh itu berangsur-angsur menjadi jernih seperti kaca serta menyebarkan bau harum, bau wangi. Patih Sidopekso terhuyung-huyung, jatuh dan ia jadi linglung, tanpa ia sadari, ia menjerit "Banyu..... .. wangi..... .. Banyu wangi" Banyuwangi terlahir dari bukti cinta istri pada suaminya (banyuwangikab.go.id).

c. Kondisi Geografis

Banyuwangi adalah Kabupaten yang berada di ujung paling timur Provinsi Jawa Timur. Di sebelah utara Banyuwangi berbatasan dengan Kabupaten Situbondo, sebelah timur berbatasan dengan Selat Bali, sebelah selatan berbatasan dengan Samudra Hindia dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Jember dan Bondowoso. Banyuwangi terletak diantara koordinat 7 43 – 8 46 Lintang Selatan dan 113 53 – 114 38 Bujur Timur dan dengan ketinggian antara 25 - 100 meter di atas permukaan laut. Kabupaten memiliki panjang garis pantai sekitar 175,8 km yang membujur sepanjang batas selatan timur Kabupaten Banyuwangi, serta ada 10 jumlah pulau.

Bagian barat dan utara pada umumnya merupakan pegunungan, dan bagian selatan sebagian besar merupakan dataran rendah. Tingkat kemiringan rata-rata pada wilayah bagian barat dan utara 40°, dengan

rata-rata curah hujan lebih tinggi bila dibanding dengan bagian wilayah lainnya. Daratan yang datar sebagian besar mempunyai tingkat kemiringan kurang dari 15° , dengan rata-rata curah hujan cukup memadai sehingga bisa menambah tingkat kesuburan tanah (banyuwangikab.go.id).

d. Kondisi Geologi

Jenis Tanah di Kabupaten Banyuwangi berdasarkan struktur geologi terdiri dari Alivi, Hasil Gunung Api Kwarter Muda, Hasil Gunung Api Kwarter Tua, Andesit, Miosen Falses Semen, Miosen Falses Batu Gamping. Sedangkan keadaan jenis tanahnya terdiri dari Regosol, Lithosol, Lathosol, Podsolik, dan Gambut.

Secara hidrologi Kabupaten Banyuwangi mempunyai lereng dengan kemiringan lebih dari 40% meliputi lebih kurang 29,25% dari luas daerah yang mempunyai tinggi tempat lebih dari 500 meter di atas permukaan laut. Beberapa sungai besar maupun kecil yang melintas Kabupaten Banyuwangi mulai bagian Utara ke Selatan sehingga merupakan daerah yang cocok untuk pertanian lahan basah, yaitu Sungai Bajulmati (20 km), Sungai Selogiri (6,173 km), Sungai Ketapang (10,26 km), Sungai Sukowidi (15,826 km), Sungai Bendo (15,826 km), sungai Sobo (13,818 km), Sungai Pakis (7,043 km), Sungai Tambong (24,347 km), Sungai Binau (21,279 km), Sungai Bomo (7,417 km), Sungai Setail (73,35 km), Sungai Porolingo (30,70 km), Sungai Kalibarumanis (18 km), Sungai Wagud (14,60 km),

Sungai Karangtambak (25 km), Sungai Bango (18 km), dan Sungai Baru (80,70 km) (banyuwangikab.go.id).

e. Kondisi Demografis dan Sosiologis

Sampai dengan akhir tahun 2011 lalu penduduk Kabupaten Banyuwangi tercatat 1.614.482 menurut hasil registrasi oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil. Sedangkan hasil proyeksi jumlah penduduk yang dilakukan Badan Pusat Statistik pada tahun 2011 didapat bahwa jumlah penduduk Kabupaten Banyuwangi sebesar 1.564.833 jiwa.

Tabel I
Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi Penduduk Akhir Tahun Menurut Kecamatan Tahun 2011

No	Kecamatan	Luas Wilayah (Km2)	Jumlah Penduduk (Jiwa/km2)
1	Pesanggaran	803	48,677
2	Siliragung	95	44,639
3	Bangorejo	137	59,787
4	Purwoharjo	200	65,338
5	Tegaldlimo	1,341	61,53
6	Muncar	146	129,641
7	Cluring	97	70,459
8	Gambiran	67	58,738
9	Tegalsari	65	46,408
10	Glenmore	422	69,862
11	Kalibaru	407	61,525
12	Genteng	82	83,582
13	Srono	101	87,703
14	Rogojampi	102	92,884
15	Kabat	107	67,515
16	Singojuruh	60	45,521
17	Sempu	175	71,678
18	Songgon	302	50,559
19	Glagah	77	34,167
20	Licin	169	28,029
21	Banyuwangi	30	106,6
22	Giri	21	28,667

23	Kalipuro	310	76,61
24	Wongsorejo	465	74,714
Jumlah/Total 2011		5,782,50	1,564,833
2010		5,782,50	1,556,078
2009		5,782,50	1,587,403

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi Tahun 2011

Dari tabel diatas diketahui bahwa dalam waktu 3 tahun yaitu tahun 2009, 2010 dan 2011 jumlah penduduk Kabupaten Banyuwangi terbanyak yaitu pada tahun 2009. Namun pada tahun 2010 terjadi penurunan jumlah penduduk yang cukup signifikan. Peningkatan jumlah penduduk kembali terjadi pada tahun 2011, namun tidak banyak.

Banyaknya penduduk yang tinggal di Kabupaten Banyuwangi ini memunculkan beragam suku berdiam di, yaitu ada suku Using, yang merupakan suku asli Banyuwangi dan memiliki bahasa sendiri. Namun, suku Jawa merupakan mayoritas penduduk yang tinggal di Banyuwangi. Selain itu ada pula suku Madura, Bali, dan Banjar. Banyuwangi juga memiliki keanekaragaman seni dan budaya, serta adat tradisi. Salah satu kesenian khas Banyuwangi adalah Gandrung, yaitu tarian khas untuk menyambut para tamu. Tarian ini telah dijadikan maskot pariwisata Banyuwangi. Ada juga tarian seblang, kuntulan, damarwulan, barong, angklung, kendang kempul, jaranan dan kesenian daerah khas lainnya. Kabupaten Banyuwangi juga memiliki adat tradisi yang dilaksanakan setiap tahunnya, diantaranya adalah tradisi petik laut, metik (padi dan kopi), rebo wekasan, kebo-

keboan, ruwatan, tamplek punjen, gredoan, endog-endogan, dan tradisi lainnya (banyuwangikab.go.id).

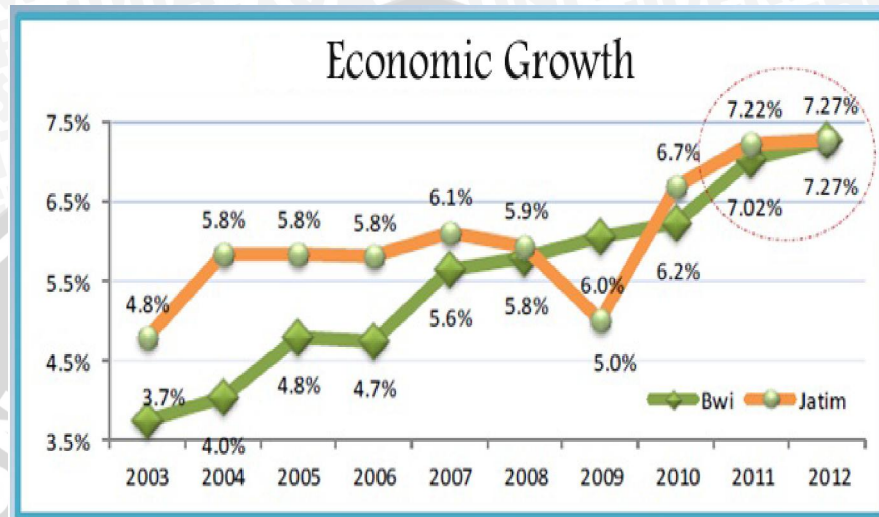
f. Kondisi Perekonomian Kabupaten Banyuwangi

Jumlah usaha yang tercatat melalui kegiatan Sensus Ekonomi tahun 2006 (SE'06) di Kabupaten Banyuwangi ada sebanyak 207.577 usaha diluar sektor pertanian. Dari jumlah ini, 81.629 usaha diantaranya merupakan usaha yang dilakukan di luar bangunan dan umumnya apabila menggunakan bangunan cenderung tidak permanen. Selebihnya 125.948 usaha tergolong usaha yang kegiatannya sudah menggunakan bangunan permanen.

Usaha-usaha yang bergerak disektor perdagangan masih merupakan sektor ekonomi yang paling banyak diminati oleh pelaku usaha di Kabupaten Banyuwangi jumlahnya mencapai 95.445 usaha. Kedua terbanyak ada pada sektor industri yang jumlahnya tercatat 42.559 usaha. Ketiga sektor jasa-jasa dengan jumlah sebanyak 20.847 usaha.

Tenaga kerja yang terserap diberbagai sektor kegiatan usaha jumlahnya mencapai 401.881 orang. Terbanyak bekerja pada usaha perdagangan besar dan eceran yang jumlahnya mencapai 95.445 orang. Kedua, pada usaha industri pengolahan sebanyak 42.559 orang. Ketiga, bekerja pada usaha jasa kemasyarakatan, sos-bud, hiburan dan perorangan lain tercatat 20.847 orang dan pada usaha akomodasi dan

makan minum ada sebanyak 20.257 orang serta selebihnya menyebar diberbagai kegiatan usaha yang ada (banyuwangikab.go.id).



Gambar 2. Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Banyuwangi (Sumber : Banyuwangi Festival 2014)

Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi mulai tahun 2003 sampai 2012 terlihat sangat signifikan. Namun, pada tahun 2006 terjadi penurunan ekonomi dengan prosentase 1%. Peningkatan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi setara dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur di tahun 2012 dengan prosentase yang sama yaitu 7,27%.

g. Peta Pariwisata Kabupaten Banyuwangi



Gambar 3. Peta Pariwisata Kabupaten Banyuwangi
(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Dari peta diatas dapat diketahui bahwa Kabupaten Banyuwangi memiliki banyak potensi pariwisata diantaranya adalah banyaknya pantai. Hal tersebut dikarenakan Banyuwangi adalah kabupaten yang dikelilingi lautan. Potensi wisatanya antara lain kawah ijen yang



merupakan kawah danau terbesar di Pulau Jawa Kawah ijen merupakan kawah danau terbesar di pulau jawa. Kawah belerang berada dalam kawah sulfatara yang dalam. Kedalamannya 200 m dan mengandung kira-kira 36 juta meter kubik air asam beruap, diselimuti kabut berbau belerang dan berputar-putar di atasnya. Didalam kawah, berbagai warna dan ukuran batu belerang yang indah. Pemandangan dan penambangan belerang yang naik turun kawah sangat menakjubkan. Sekitar 100 orang membawa bebatuan kekuning-kuningan diatas pundaknya dengan berat sekitar 110 kg tiap orang mondar mandir, membawa belerang, naik-turun, menuruni lereng sebelum beban dijual ke pelelelang, tumpukan belerang sebanyak 6-7 ton per hari. Itulah pemandangan alami kawah ijen yang bisa dilihat setiap hari. Yang berada di kecamatan licin, 35 km dari kecamatan banyuwangi.

Taman Nasional Alas Purwo yang merupakan tempat perlindungan kehidupan liar bagi keanekaragaman binatang, Pantai Plengkung yang dikenal dengan G-land yang merupakan surga bagi para peselancar Pelengkung dikenal sebagai pantai terbaik untuk surfing di dunia. Nama plengkung juga sering disebut dengan G-Land. Huruf G berasal dari kata Grajagan, nama dari sebuah teluk yang memiliki ombak yang besar. G-Land dikelilingi hutan hujan tropis yang masih alami. Disini ditawarkan olahraga surfing yang digemari para pe-surfer dan disarankan hanya untuk para pe-surfer yang

profesional. Mei sampai oktober adalah bulan terbaik untuk surfing. Tidak diragukan lagi bahwa G-Land merupakan surge bagi para peselancar. Pantai Sukomade adalah pantai tempat penangkaran penyu disana terdapat 4 dari 6 jenis penyu yang ada di dunia. Ketiga destinasi wisata diatas merupakan produk wisata unggulan Kabupaten Banyuwangi yang disebut dengan *Triangle Diamond*.

Selain tiga wisata diatas adapula Pantai Ngagelan yaitu tempat pengembangbiakan penyu, Segara Anakan Bedul disana banyak terdapat jenis-jenis mangrove, Teluk Hijau adalah pantai yang masih asri dan disekitarnya banyak bukit-bukit hijau yang mengitari pantai, Pantai Boom adalah pantai yang terdapat di tengah kota Banyuwangi, WatuDodol yaitu wisata pantai yang berada di pinggir jalan pariwisata dan disana terdapat batu besar yang berada di tengah jalan, Pulau Tabuhan yang memiliki air yang sangat jernih, yang menjadi rumah bagi terumbu karang, Pantai Lampon, Pantai Grajagan, Rawa Bayu, Pantai Rajagwesi, Pantai Trianggulasi, Air Terjun Lider yang tumpahan air terjunnya memiliki terjunan air setinggi 60 meter dengan ketinggian 1.300 meter diatas permukaan laut. dan berasal dari mata air pegunungan, Pantai Blimbingsari, Pulau Merah yang berarti pulau yang berwarna merah yang bentuknya menyerupai bukit kecil dekat pantai dan disana tempat diadakannya festival surfing international, Pantai Muncar yaitu pelabuhan terbesar setelah bagan siapi api dan disana dijadikan tempat ritual petik laut.

Selain pantai, ada juga tempat wisata yang berupa agrowisata diantaranya Perkebunan Bayu Lor yang terdapat perkebunan kopi dan cengkeh, Agrowisata Kalibendo disana terdapat perkebunan karet, kopi dan cengkeh, Agrowisata Kaliklatak disana terdapat perkebunan kopi, coklat, karet, cengkeh dan rempah-rempah, Kalibaru dan Glenmore Agrowisata yang terdapat perkebunan kopi dan coklat, Perkebunan Malangsari yang terdapat perkebunan kopi

Selain kaya akan wisata alam, Banyuwangi pun memiliki keanekaragaman budaya adat dan tradisi diantaranya Kesenian Tradisional Gandrung, dimana gandrung adalah sebuah tarian untuk menyambut para tamu yang hadir di Banyuwangi dan gandrung juga dijadikan sebagai maskot pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Upacara Tradisional Seblang yaitu upacara bersih desa untuk menolak bala yang diwujudkan dengan mementaskan kesenian sakral dan berbau mistis, Upacara Kebo-keboan adalah sebuah ritual dengan mendandani manusia menyerupai kerbau, diberi tanduk dan warna hitam diseluruh badan. Hal tersebut melambangkan bahwa kerbau adalah binatang yang kuat dan menjadi tumpuan masyarakat yang mata pencariannya mayoritas sebagai petani. Kesenian Gedhogan yaitu kesenian dengan beramai-ramai membunyikan peralatan penumbuk beras seperti lesung, alu dan lumpung sehingga menimbulkan suara yang enak didengar dan juga ditambah dengan nyanyian-nyanyian yang ditambahkan juga dengan menabuh gamelan,

Kesenian Damarwulan, Kesenian Tradisioanl Patrol, Wayang, Kesenian Jaran Buto dimana pada puncak pertunjukan, biasanya penari mengalami kesurupan, Kesenian Angklung, Kesenian Kuntulan, Kesenian Barong, Upacara Petik Laut yaitu ritual yang dilakukan dengan melarung sajen ke laut sebagai rasa syukur para nelayan akan rejeki yang mereka dapatkan.

2. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

a. Gambaran Umum

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata. Untuk melaksanakan tugas dimaksud, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi :

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang kebudayaan dan pariwisata
- d. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai tugas dan fungsinya.

b. Visi dan Misi

Sesuai tugas pokok dan fungsinya maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menetapkan visi sebagai berikut :

”MEWUJUDKAN BANYUWANGI SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA NASIONAL YANG BERBASIS KEBUDAYAAN DAN POTENSI ALAM SERTA LINGKUNGAN.”

Penjelasan Visi :

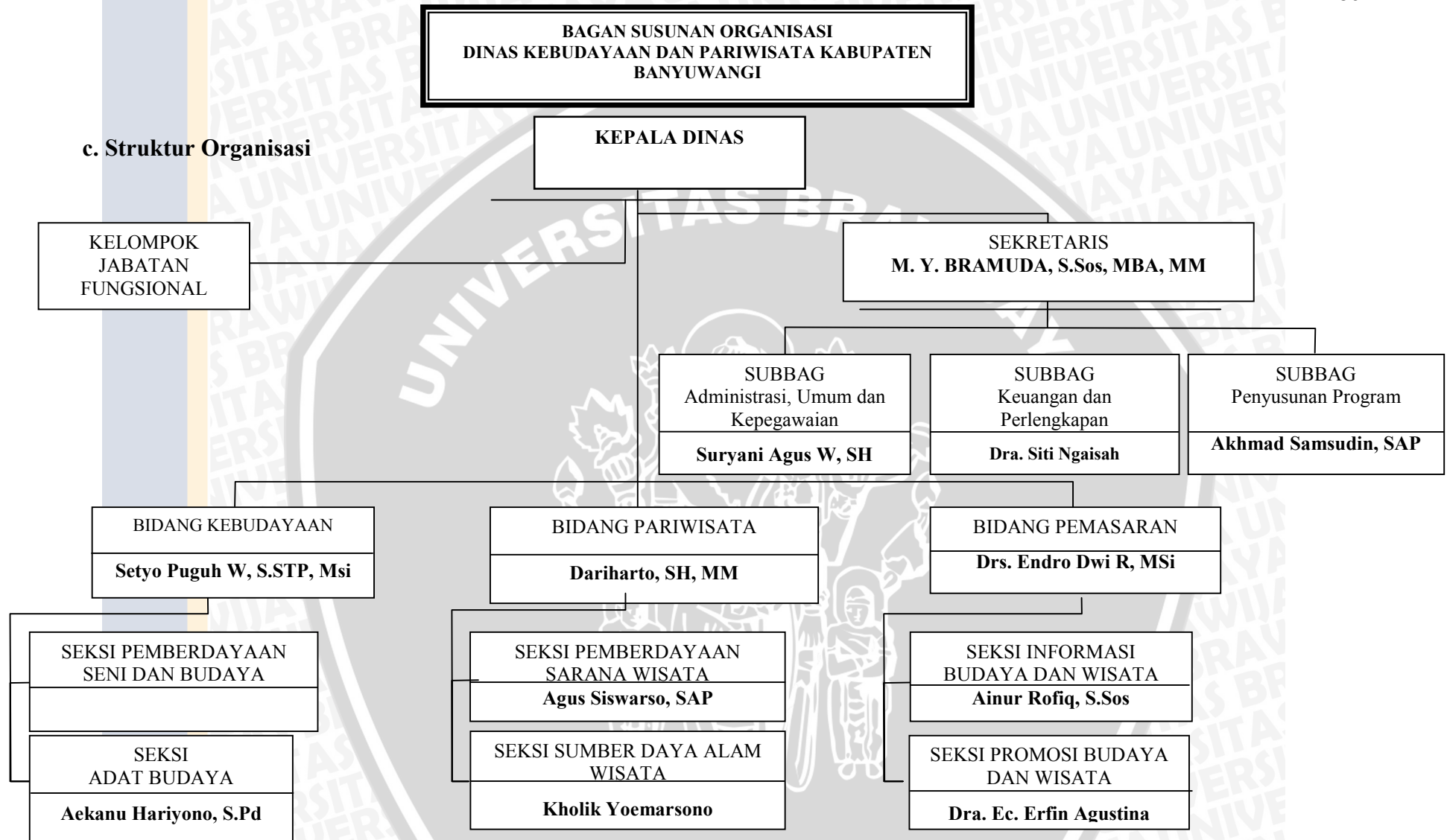
Pariwisata Kabupaten Banyuwangi diperlukan dukungan semua pihak untuk penciptaan kondisi keamanan yang kondusif, bersih, indah, aman, ramah, dan penyediaan sarana dan prasarana pariwisata yang mendorong pertumbuhan sektor kebudayaan dan pariwisata serta membangun citra Kabupaten Banyuwangi sebagai tempat wisata yang berbasis kebudayaan dan potensi alam serta lingkungan sekaligus terposisi sebagai pintu gerbang pariwisata.

Misi :

Misi setiap Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) sebagai satu organisasi instansi pemerintah harus memastikan agar visi yang telah ditetapkan bersama dapat diupayakan perwujudannya, untuk itu harus disusun suatu tahapan yang secara umum akan terbagi ke dalam 2 (dua) tahapan yakni apa yang hendak dicapai dan bagaimana upaya untuk mencapainya, salah satunya penetapan misi.

Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi antara lain :

1. Memberikan pelayanan prima terhadap para pelaku usaha industri pariwisata, wisatawan, dan seluruh lapisan masyarakat;
2. Mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia, aparat, para pelaku usaha industri pariwisata dan peran serta masyarakat;
3. Memasyarakatkan sadar wisata dalam rangka terwujudnya sapta pesona, promosi dan hubungan lembaga wisata;
4. Menumbuhkembangkan kemitraan dengan para pelaku usaha industri pariwisata dan masyarakat;
5. Menumbuhkembangkan potensi objek wisata yang berdaya saing;
6. Menumbuhkembangkan nilai luhur budaya masyarakat Kab. Banyuwangi;
7. Menggalakkan pelestarian dan pemeliharaan Benda Cagar Budaya dan Kepurbakalaan.
8. Menggali, melestarikan dan mengembangkan potensi seni dan budaya, adat-istiadat serta peninggalan sejarah menjadi destinasi wisata.
9. Menciptakan iklim investasi dan investor yang kondusif dan program isentif dibidang pariwisata.
10. Menciptakan dan mendorong kerjasama dengan sektor lainnya dalam rangka menciptakan usaha pariwisata.



Gambar 4. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi
(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

d. Tugas Pokok dan Fungsi :

Untuk mencapai tugas pokok dan fungsi dimaksud, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi memberikan beberapa pelayanan, yaitu :

1. Pelayanan di bidang umum dan kepegawaian
2. Pelayanan di bidang keuangan dan perlengkapan
3. Pelayanan di bidang penyusunan program
4. Pelayanan di bidang pemberdayaan seni dan budaya
5. Pelayanan di bidang adat budaya
6. Pelayanan di bidang pemberdayaan sarana wisata
7. Pelayanan di bidang sumber daya alam
8. Pelayanan di bidang Informasi budaya dan wisata
9. Pelayanan di bidang promosi budaya wisata

Berdasarkan Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 52 Tahun 2011 tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Organisasi Perangkat Daerah Nomor 6 Tahun 2011, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kepala Dinas, mempunyai tugas :

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- b. Melaksanakan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- c. Mengkoordinasikan pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.

- d. Mengendalikan terhadap pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.

2. Sekretaris mempunyai tugas pokok menyusun rencana kegiatan tahunan dan pengendalian serta pengelolaan keuangan dan urusan umum. Tugas sekretaris antara lain :

- a. Menyelenggarakan administrasi umum untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi dinas.
- b. Menyelenggarakan hubungan kerja di bidang administrasi dengan satuan kerja perangkat daerah terkait.
- c. Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.

3. Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian, mempunyai tugas:

- a. Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- b. Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.
- c. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

4. Kepala Sub Bagian Keuangan dan Perlengkapan, mempunyai tugas:

- a. Menyusun rencana Sub Bagian Keuangan dan Perlengkapan sesuai dengan rencana kerja Dinas.

- b. Menyusun rencana kebutuhan dan mendistribusikan barang perlengkapan.
- c. Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.

5. Kepala Sub Bagian Penyusunan Program, mempunyai tugas :

- a. Menghimpun bahan dalam rangka perencanaan dan program pengembangan kegiatan dinas.
- b. Menyusun dan menyampaikan laporan kegiatan dinas.
- c. Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung

6. Kepala Bidang Kebudayaan mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan pelestarian di bidang kebudayaan. Kepala bidang kebudayaan antara lain :

- a. Menyusun rencana bidang kebudayaan sesuai dengan rencana kerja Dinas.
- b. Membina, mengembangkan dan melestarikan kebudayaan.
- c. Memfasilitasi pagelaran budaya sebagai obyek wisata.
- d. Memfasilitasi penyusunan kemasan paket wisata budaya.
- e. Meningkatkan kemitraan penelitian dan pengkajian pengembangan kebudayaan dan arkeologi.
- f. Mengembangkan pengelolaan seni budaya dan arkeologi serta museum.

7. Kepala Seksi Pemberdayaan Seni dan Budaya, mempunyai tugas :

- a. Meningkatkan kemitraan pengembangan pengelolaan kebudayaan, arkeologi serta museum.
- b. Meningkatkan kemitraan penelitian, pengkajian seni budaya, sejarah dan nilai-nilai tradisi serta arkeologi.

8. Kepala Seksi Adat Budaya, mempunyai tugas :

- a. Menyusun rencana Seksi Adat Budaya sesuai dengan rencana kerja Dinas.
- b. Menyelenggarakan pembinaan dan pendukung dalam pagelaran budaya sebagai obyek wisata baik tingkat daerah Kabupaten, Propinsi maupun ke luar negeri.
- c. Menyiapkan bahan misi kesenian baik oleh perseorangan maupun kelompok sebagai duta seni di dalam maupun di luar negeri.
- d. Menyiapkan bahan kemasan paket wisata seni dan budaya.
- e. Melaksanakan pemantauan terhadap penembangan budaya.

9. Kepala Bidang Pariwisata mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan pemanfaatan obyek wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata. Tugas kepala bidang pariwisata antara lain :

- a. Membina dan mengembangkan Obyek Wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata ;

- b. Memantau dan mengevaluasi kegiatan pembinaan, pengembangan obyek wisata, sarana ,tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam Wisata;
- c. Membina dan mengembangkan lembaga-lembaga masyarakat dan kelompok sadar wisata.

10. Kepala Seksi Pemberdayaan Sarana Wisata mempunyai tugas

- a. Membina dan mengembangkan Obyek Wisata, Taman Rekreasi, Hiburan Umum, sarana wisata dan usaha jasa pariwisata
- b. Mengembangkan pengelolaan Usaha Jasa Kepariwisataan ;
- c. Meningkatkan kemitraan penelitian dan pengkajian pengembangan obyek wisata dan sarana wisata ;
- d. Meningkatkan kemitraan pengembangan usaha industri penunjang wisata ;
- e. Memberdayakan usaha perjalanan wisata ;
- f. Meningkatkan kemitraan penyelenggaraan pelatihan tenaga kerja kepariwisataan ;

11. Kepala Seksi Sumber Daya Alam Wisata mempunyai tugas ;

- a. Melakukan pendataan, pemantauan dan pengawasan terhadap potensi sumber daya alam Wisata ;
- b. Menggali dan mengembangkan potensi sumber daya alam wisata ;

12. Kepala Bidang Pemasaran mempunyai tugas pokok melaksanakan Pembinaan dan pemantauan dalam rangka pengembangan jaringan Usaha pemasaran wisata. Tugas kepala bidang pemasaran antara lain :

- a. Melaksanakan upaya pengembangan pemasaran wisata ;
- b. Meningkatkan kerja sama pemasaran baik di dalam maupun di luar negeri dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan daerah ;
- c. Meningkatkan koordinasi pengembangan jaringan aksesibilitas
- d. Melaksanakan promosi intensif di dalam dan di luar negeri ;
- e. Merancang dan mensinergikan pembuatan even - even untuk meningkatkan kunjungan ;
- f. Meningkatkan kemitraan pengembangan produk dan promosi ;
- g. Meningkatkan pembangunan sistem informasi pelayanan kepariwisataan ;

13. Kepala Seksi Informasi Budaya dan Wisata mempunyai tugas ;

- a. Menyelenggarakan pembinaan dan kemitraan dalam rangka meningkatkan informasi kepariwisataan ;
- b. Menyiapkan bahan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta dalam pengadaan dan memajukan sarana informasi kepariwisataan ;
- c. Melakukan upaya informasi melalui media cetak, film, slide, poster, brosur, leaflet, internet dan lain-lain ;

- d. Membuka pusat - pusat informasi wisata ;

14. Kepala Seksi Promosi Budaya dan Wisata mempunyai tugas ;

- a. Menyelenggarakan pembinaan dalam rangka peningkatan promosi kepariwisataan di dalam dan di luar negeri ;
- b. Menyiapkan bahan dan membuka jaringan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta dalam pengadaan dan memajukan sarana promosi kepariwisataan ;
- c. Melakukan upaya promosi melalui media cetak, film, slide, poster, brosur, leaflet, internet dan lain –lain ;
- d. Menyiapkan bahan penyelenggaraan promosi, mengelola, dan memperluas pusat-pusat promosi pariwisata ;
- e. Komposisi dan Jumlah Pegawai**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi memiliki sumber daya manusia sebanyak 35 orang dengan rincian tugas sebagai berikut :

Tabel 2
Jumlah Pegawai Sesuai Jenjang Jabatan

Jenjang Jabatan	Jumlah
Kepala Dinas dan Sekretaris Dinas	1
Kepala Bidang	3
Kepala Seksi	5
Kepala Sub Bag	3
Staf	17

(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

f. Identifikasi Permasalahan Berdasarkan Tugas dan Fungsi.

Berdasarkan renstra tahun 2010-2015 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah dapat mengidentifikasi beberapa permasalahan yang akan dihadapi dalam melaksanakan tugas dan fungsinya.

Permasalahan dimaksud, terdiri dari:

1. Permasalahan pembangunan

Permasalahan pembangunan mengenai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata harus mempertimbangan faktor-faktor internal dan eksternal organisasi dan memperhatikan pula arahan dari Bupati dan aspirasi yang berkembang di masyarakat. Keadaan dan perkembangan pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi secara umum dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu :

- a. Keadaan dan perkembangan pembangunan kebudayaan
- b. Keadaan dan perkembangan pembangunan pariwisata

2. Permasalahan urusan bidang – bidang

Perkembangan pembangunan kebudayaan sudah ada pembinaan yang cukup berarti. Hal ini terlihat dengan tingkat pertumbuhan sanggar seni dan budaya serta aktifas pembangunan sarana dan prasarana pada situs budaya yang ada, namun dari segi pendanaan nilai masih relatif sangat kecil termasuk dukungan untuk mengikuti festival even budaya dan pertunjukkan kesenian. Sementara perkembangan pembangunan pariwisata terlihat adanya semangat

dan kegairahan yang cukup besar terhadap kegiatan, meskipun kondisinya masih tetap berada pada tahap inventarisasi, promosi dan pembangunan prasarana dasar, walaupun demikian sektor pariwisata lebih berpeluang untuk menarik wisatawan untuk berkunjung.

3. Permasalahan kekayaan budaya :

- a. Masih perlunya sarana dan prasarana berupa pembuatan pondok untuk petugas juru pelihara makam situs
- b. Perlu perbaikan infrastruktur/jalan dan penambahan rambu-rambu menuju situs makam bersejarah
- c. Permasalahan pengembangan dan pelestarian seni gandrung antara lain masih kurangnya minat dan antusias para remaja putri terhadap pelestarian kesenian gandrung, sehingga dikhawatirkan dalam kurun 5 (lima) tahun mendatang tari gandrung akan terancam punah
- d. Pemasalahan museum yaitu masih terbatasnya tenaga ahli di bidang pengelolaan benda pusaka.

4. Permasalahan Pariwisata antara lain :

- a. Terbatasnya infrastruktur dan sulitnya akses menuju obyek wisata
- b. Kurangnya kesadaran masyarakat di sekitar obyek wisata dan pengelola obyek wisata

- c. Kemampuan bahasa dan pengetahuan tentang obyek wisata dan daya tarik wisata bagi pramuwisata
- d. Belum secara berkala pengelola obyek wisata dan rekreasi hiburan umum (RHU), hotel/rumah makan melaporkan kunjungan wisata
- e. Masih terbatasnya tingkat pemasaran dan data kepariwisataan
- f. Belum optimalnya peran para pelaku usaha jasa pariwisata dan media masa
- g. Belum maksimalnya peningkatan SDM dalam rangka pengembangan usaha jasa pariwisata obyek desa tempat wisata (ODTW).

g. Program Kerja dan Kegiatan

Berdasarkan identifikasi permasalahan dan telahaan dari beberapa dokumen perencanaan lainnya, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi perlu menetapkan kebijakan, program dan kegiatan, yaitu :

1. Bidang Pariwisata
 - a. Pengembangan kerjasama dengan semua *stakeholder*
 - b. Peningkatan kualitas SDM bagi pelaku-pelaku pariwisata
 - c. Menciptakan *branch* image positif bagi pariwisata
2. Bidang Pemasaran
 - a. Peningkatan promosi melalui berbagai media

- b. Peningkatan kerjasama dengan daerah-daerah tujuan wisata yang telah maju
 - c. Mendorong terlaksananya dan keikutsertaan Kab. Banyuwangi dengan even-even di luar daerah maupun di dalam daerah
3. Bidang Kebudayaan
- a. Peningkatan atraksi seni dan budaya diberbagai daerah
 - b. Peningkatan kerjasama dan PHRI dan semua instansi dalam rangka penampilan seni budaya dan adat istiadat
 - c. Meningkatkan seni dan budaya Banyuwangi ke berbagai even di dalam maupun di luar daerah.

B. Penyajian Data Fokus Penelitian

1. Birokrasi *Entrepreneur* dalam Mempromosikan Potensi Daerah melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*

Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) adalah suatu karnaval tahunan Banyuwangi yang unik dan spektakuler. Karnaval ini mempresentasikan adat tradisional asli Banyuwangi. Ratusan peserta memakai kostum menarik berdasarkan tema-tema budaya adat tradisional yang berbeda setiap tahunnya. *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* juga merupakan suatu event budaya yang diharapkan mampu menjembatani modernisasi seni budaya lokal yang selama ini tumbuh kembang dalam kehidupan masyarakat Banyuwangi menjadi sebuah event dalam bentuk parade berskala Internasional tanpa harus merubah nilai-nilai yang sudah

berkembang dan tumbuh di dalam masyarakat baik spirit maupun filosofinya. *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* seringkali dilihat sebagai peniruan dari ajang sejenis di Jember yaitu *Jember Fashion Carnival (JFC)*. Memang harus diakui ide awal *BEC* tidak terlepas dari sukses *JFC*. Namun ada perbedaan mendasar diantara keduanya, yaitu terletak pada kekuatan konsep dan tema. Konsep *BEC* berakar dari kesenian tradisional yang tidak dimiliki oleh *JFC*. *BEC* menjadi jembatan antara kesenian tradisional dengan modern agar lebih bisa diterima di panggung internasional. Penyelenggaraan *BEC* selalu mengusung tema kebudayaan lokal. Ketika karnaval lain sibuk menarik tema dari “luar” ke “dalam”, Banyuwangi malah sebaliknya, yaitu menggali apa yang dimiliki di “dalam” untuk diperkenalkan ke “luar”. Upaya mengangkat kebudayaan lokal adalah sebagai bentuk investasi kebudayaan kepada generasi muda agar bisa menyerap dan memahami makna filosofis yang ada di setiap tradisi masyarakat. *BEC 2011* adalah karnaval *Banyuwangi Ethno Carnival* yang pertama kali digelar di Banyuwangi dengan mengangkat tema Gandrung, Damarwulan dan Kunderan. Ketiganya merupakan kesenian tradisional asli Banyuwangi (<http://banyuwangiapik.blogspot.com/2014/09/karnaval-banyuwangi-ethno-carnival.html>).

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi memberikan perhatian khusus terhadap kesenian gandrung. Hal tersebut bertujuan untuk mendorong tumbuhnya semangat serta memiliki daerah dengan segala kebudayaannya, sehingga pada gilirannya nanti akan mampu meningkatkan pembangunan di bidang kepariwisataan. Oleh karena itu, Gandrung ditetapkan sebagai simbol pariwisata Banyuwangi yang dituangkan dalam surat keputusan Bupati Banyuwangi Nomor 173 Tahun 2002.



Gambar 5. Kesenian Tradisional Gandrung
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 6. Modifikasi Kesenian Gandrung
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Kata *gandrung* dapat diartikan ‘cinta’, ‘tertarik’, atau ‘terpesona’; dalam hal ini menggambarkan rasa tertarik atau terpesonanya kaum tani oleh anugerah dewata berupa hasil panen padi di sawahnya, dan diwujudkan dalam bentuk tari yang bersifat pemujaan. Biasanya tarian pemujaan kepada sang dewata itu ditarikan oleh seorang pria berwajah tampan di desanya. Berdasarkan sejarahnya, tari ini berasal dari tari *seblang* yang bersifat pemujaan. Dari tari yang mempesona dan bersifat pemujaan itu, terbitlah rasa cinta dan *gandrung* kepadanya, dan rasa itulah yang melahirkan tari *gandrung*. Sekarang lebih umum dikenal sebagai tari *gandrung* Banyuwangi.

Tari gandrung mula-mula berupa tarian yang mengandung nilai magik religius, dan sifat itu melahirkan batas-batas kaidah kesopanan sesuai dengan pribadi dan watak khas Banyuwangi. Dewasa ini tari gandrung Banyuwangi bersifat hiburan, berupa tari dengan gending banyuwangi-an. Dalam tari gandrung masih tampak sifat aslinya sebagai tari pemujaan, dan hal itu tentu banyak mempengaruhi para seniman daerah Blambangan-Banyuwangi dalam menciptakan jenis tari atau gending baru. Sesuai dengan profesinya, sepintas lalu penari gandrung dapat dikatakan sebagai penari bayaran. Namun sepanjang perkembangannya belum pernah terdapat penari yang benar-benar profesional. Mereka masih tetap mempertahankan sifat-sifat amatir karena keajaiban mereka adalah sebagai buruh tani. Mereka akan meninggalkan tugas sehari-hari sebagai buruh tani apabila ada yang menghendaki untuk menari sebagai penari gandrung dalam perhelatan atau pesta. Mereka menerima “tanggapan”, menurut istilah dialek Using.

Seorang penari gandrung akan meninggalkan profesinya sebagai penari, apabila sudah berkeluarga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua penari gandrung yang masih aktif dengan profesinya, masih gadis atau sudah janda. Tari gandrung banyak mengandung unsur nasihat, sindiran, hiburan, dan sebagainya, baik pada jenis tariannya, maupun pada

gendingnya. Gerak tari gandrung punya ciri khas Banyuwangi; tampak kasar tetapi indah. Irama gerakannya banyak ditentukan oleh corak gending yang mengiringinya, namun demikian, inti gerakannya tetap bersifat pemujaan terhadap dewata. Hampir semua gerak tari gandrung yang meliputi gerak kepala, mata, leher, bahu, lengan, pinggul, dan sebagainya, banyak disesuaikan dengan pu-kulan irama kendang yang khas Banyuwangi. Irama gerakannya memperlihatkan persamaan dengan gerak lenong dari Jakarta, antara lain gerakan pinggulnya, termasuk irama gending yang mengiringinya (jawatimuran.wordpress.com/2013/01/25/tari-gandrung-banyuwangi.html).

Setelah Gandrung, disusul penampilan kesenian Damarwulan atau juga Jinggoan. Kesenian ini merupakan teater rakyat Banyuwangi yang mengadaptasi dari cerita Minak Djinggo Vs Damarwulan (<http://banyuwangiapik.blogspot.com/2014/09/karnaval-banyuwangi-ethno-carnival.html>).



Gambar 7. Kesenian Damarwulan
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 8. Modifikasi Kesenian Damarwulan
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)

Tari Damarwulan atau dikenal juga dengan Teater Janger atau Jinggaan, adalah pertunjukan rakyat, sejenis dengan Ketoprak atau Ludruk. Damarwulan adalah satu konsep kesenian drama tari tradisional dari Banyuwangi, dimana semua tokoh yang terkait

dituntut untuk bisa menari dan berperan, dan kesenian ini merupakan akulturasi antara kebudayaan Banyuwangi dan Bali. Nama Damarwulan diambil dari nama tokoh yang diperankan dalam kesenian ini yaitu Damarwulan atau Minakjinggo. Kesenian ini dimainkan oleh 40-50 pemain yang dibagi dalam 4 kelompok dan menggunakan bahasa Jawa. Cerita dalam Damarwulan berkisar tentang hubungan antara Minakjinggo dengan Damarwulan pada masa Majapahit dan Blambangan. Dialognya berbentuk tembang atau nyanyian. Pengaturan cerita biasanya dilakukan oleh seorang dalang yang fungsi dan kedudukannya mirip dengan dalang dalam pementasan kesenian wayang orang, dengan memberikan gambaran apa yang akan terjadi sebelum adegan dimulai. Pertunjukan biasanya diadakan mulai jam 21.00 dan berakhir pada 04.00 dini hari (<http://www.eastjava.com/tourism/banyuwangi/inadamarwulandance.html>).

Di baris paling belakang sekaligus penampilan terakhir adalah kesenian Kunderan. Tarian ini muncul sejak pengaruh Islam masuk Banyuwangi. Pada awalnya para penari Kunderan adalah pria, namun dalam perkembangannya Kunderan ditarikan oleh wanita memakai pakaian gemerlap dengan gerak tari dinamis namun masih tampak keislamannya. Hadrah Kuntulan yang juga disebut kunderan, merupakan salah satu dari sekian seni tradisi

yang masih bertahan hingga kini. Berbagai perubahan yang mewarnai perjalanan kuntulan menunjukkan kecerdasannya dalam menghadapi setiap perubahan. Identifikasi sebagai karya seni bernuansa Arab – Islam melekat pada kesenian ini pada masa awal kemunculanya. Seperti halnya Ujrat, Tunpitujat dan pembacaan al-Barjanji dengan diiringi alat musik Gembrung yang pernah ada Banyuwangi seperti catatan seorang antropolog pada tahun 1926, John Scholte. Karena itulah pada mulanya pertunjukan seni ini di dominasi oleh laki-laki. Pertemuannya dengan kesenian asli banyuwangi seperti Gandrung, Damarwulan, dan Trengganis serta tarian lainnya merubah hadrah kuntulan menjadi kesenian yang unik dan khas.

Tidak hanya gerakan tarinya, musik dan tembang-tembang yang dibawakan pun merupakan kolaborasi unik kesenian tradisi daerah Banyuwangi dan kesenian gurun. Kehadirannya juga menambah perbendaharaan dan warna kesenian tradisional di tanah air. Persinggungannya dengan berbagai realitas sosial dan kebudayaan masyarakat banyuwangi membawa kesenian ini ke dalam dinamisasi yang khas dan sekaligus persoalan yang kompleks. Sebutan Kuntul sebagai simbol, menurut Sutedjo HN, budayawan Banyuwangi, merupakan representasi dari gaya hidup sosial yang lebih mementingkan kebersamaan, serasa dan sepenanggungan di antara sesamanya. Hal ini di ilhami dari cara

hidup burung Kuntul/Bangau yang selalu memanggil teman-temannya dikala mendapatkan makanan. Pendapat ini ditunjang kondisi pertanian yang ada di Banyuwangi. Kesuburan tanah yang terhampar memberikan kemudahan para petani dalam bercocok tanam. Sambil menunggu tanaman padi memasuki musim panen, para petani di Banyuwangi terbiasa memanjakan diri mereka dengan memainkan Angklung.



Gambar 9. Kesenian Kundaran
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 10. Modifikasi Kesenian Kuntulan
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)

Pengaruh busana penari gandrung dapat dilihat pada beberapa bagian busana penari kuntulan bersangkutan. Hanya saja ditambahkan kerudung, baju celana tertutup serta ada pengaruh Bali didalamnya. Tangan sang penari juga ditutup kaus tangan berwarna putih, dan kakinyapun tertutup kaus kaki putih. Sekarang busananya banyak mengalami modifikasi alias ubahsuaikan dari busana semula yang sebenarnya serba putih seperti warna bulu burung kuntul (bangau). Terkadang ada pengaruh Bali yang tercermin dari adanya untaian bunga kamboja ditelinga pemain Kuntulan ini. Perangkat musik kuntulan sendiri sangat dipengaruhi oleh budaya sekitarnya dan tak dapat dipungkiri musik dan gerak tari Gandrung (tari rakyat setempat yang

menjadi lambang Banyuwangi) juga ikut masuk. Namun irama dasarnya tetaplah sama dengan hadrah lainnya. Selain enam buah rebana sebagai alat musik utamanya (dalam kuntulan baku), ada penambahan-penambahan seperti jidor (semacam drum), beduk besar, beduk kecil, kenong, kluncing (triangle), gong, biola dan kadang keyboard (saat ini) sebagai penguat nada. Selain itu bonang Bali kadang juga dipakai dalam kesenian kuntulan ini. Serta dalam beberapa kesempatan sering ditambahkan angklung caruk sebagai pemanis, dan lagi-lagi sesuai permintaan penonton. Sedangkan irama yang digunakan menurut Rizaldi Siagian seorang pakar etnomusikologi adalah irama silang (cross rhythm) dan poly rhythm atau irama banyak sebagaimana pada gamelan Bali. Ini dimungkinkan karena letak Banyuwangi yang berdekatan dengan Bali.

Kekhasan lain dalam kesenian hadrah kuntulan atau kundaran ini ialah iramanya yang mempunyai karakter keras, agresif dan menyentak bahkan saat tampil, para pemain musiknya terlihat seolah bahu membahu menciptakan nada yang dinamis dan penuh semangat sehingga wajar kalau disebut musik cadas khas Banyuwangi bahkan sesekali kita harus menutup telinga karena saking begitu keras suaranya, ditambah para pemain jidornya yang kadang seperti kesurupan saat bermain. Lagu-lagunya pun tidak selalu Islami, namun juga banyak memasukkan lagu-lagu

daerah dan kadang lagu pop yang sedang populer saat ini (<http://www.gobanyuwangi.com/seni-budaya-2kesenian-kuntulan-kundaran.html>).

Penyelenggaraan *BEC* yang kedua mengusung tema *Re-Barong Using*. Barong Using atau juga disebut Barong Kemiren. Barong Using memiliki bentuk muka seperti serigala, bermahkota dan bersayap di bagian kanan-kiri dengan paduan warna merah, kuning dan hijau, kepala berbentuk raksasa yang besar, dengan mata melotot dan taring keluar. Kesenian barong merupakan seni teater tradisional.



DULUNYA, Tarian Barong adalah seni pertunjukan yang bersifat sakral dan hanya diadakan pada saat pagelaran semalam suntuk, atau pada upacara bersih desa (Barong Ider Bumi).

Kesenian ini merupakan seni rakyat yang menginterpretasi musik, tari, dialog dan cerita dari Lare Using.

Gambar 11. Kesenian Barong
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 12. Modifikasi Kesenian Barong
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)

Ada yang mengisahkan, barong bermula dari pertarungan dua bangsawan sakti dari Bali dan Blambangan. Mereka, Minak Bedewang dan Alit Sawung. Tanpa penyebab jelas, keduanya terlibat pertarungan hebat. Mereka bertarung tanpa henti hingga jangka waktu lama. Tak satu pun yang terluka. Masing-masing menggunakan wujud sakti yang mengerikan, seekor harimau

besar dan burung garuda. Dua perwujudan ini bertarung dahsyat. Suaranya menggelegar persis halilintar. Meski saling serang, kedua kesatria itu tetap sama kuatnya. Hingga munculah suara aneh dari langit. Suara tanpa rupa itu mengingatkan agar menghentikan pertempuran. Keduanya diminta berdamai. Akhirnya, kedua wujud menyeramkan itu bersatu. Sejak itu, masyarakat Using memiliki wujud barong sebagai simbol kebersamaan. Diyakini, barong bisa mengusir pengaruh jahat, penyakit dan segala bahaya. Hingga kini, tarian Barong dan barong sangat disakralkan. Sebelum ditarikan, barong wajib diberi ritual khusus. Jika tidak, akan berbahaya bagi penari dan warga sekitar. Barong juga tidak sembarangan ditarikan. Ditarikan terutama untuk ider bumi atau selamatan desa. Nilai mistis barong tetap dijaga. Mereka yang berhak menari barong adalah orang pilihan alam (<http://taseem-akbar.blogspot.com/2010/09/barong-banyuwangi.html>).

Banyuwangi Ethno Carnival ketiga mengusung tema *The Legend of Kebo-Keboan*. Kebo-keboan adalah salah satu budaya di Banyuwangi yang berasal dari Desa Alasmalang, Rogojampi, Banyuwangi. Ritual kebo-keboan dilakukan sebagai wujud doa dan pengharapan agar hasil panen bisa melimpah. Ritual ini telah berkembang di Banyuwangi selama ratusan tahun. Kebo-keboan merupakan sebuah ritual masyarakat lokal Banyuwangi yang

berisi doa dan permohonan kepada Tuhan agar sawah mereka subur dan panen berlangsung sukses.

Dalam ritual ini, sejumlah orang didandani seperti kerbau yang merupakan simbolisasi mitra petani di sawah untuk menghalau malapetaka selama musim tanam hingga panen (<http://banyuwangiapik.blogspot.com/2014/09/karnaval-banyuwangi-ethno-carnival.html>).



Gambar 13. Budaya adat Kebo-keboan
(Sumber : *Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*)



Gambar 14. Modifikasi Kebo-Keboan
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Masyarakat Using adalah keturunan Kerajaan Blambangan, mereka memiliki kesenian Kebo-Keboan yang merupakan suatu permohonan kepada Tuhan agar panen mereka subur dan dijauhi dari malapetaka. Meski zaman kian beralih, namun setiap tahun masyarakat Banyuwangi berupaya keras mempertahankan kemurnian dan kesakralan kebudayaan mereka. Konon, tradisi ini dimulai sejak abad-18, ketika itu masyarakat Desa Alasmalang dilanda musibah wabah penyakit berkepanjangan yang disebut brindeng atau pagebluk. Penyakit ini tidak ditemukan obatnya, bagi yang terkena pada pagi hari, maka sore harinya akan mati, jika malam kena, paginya akan mati, begitulah seterusnya.

Selain itu, masyarakat Alasmalang yang sebagian besar bermata pencaharian petani itu pun lahan pertaniannya dilanda hama tikus yang amat besar, mereka terancam gagal panen. Bertindaklah salah satu sepuh desa, yaitu Mbah Buyut Karti untuk mengambil tindakan, guna melenyapkan penyakit pagebluk dan hama tikus tersebut. Ia menggelar ruwatan atau ritual, beberapa orang manusia didandani seperti kerbau, dari sinilah kemudian nama “Kebo-Keboan” muncul. Mengapa kerbau? Ya, karena kerbau merupakan hewan yang diakui sebagai mitra petani di sawah, kerbau yang diperankan manusia itu melambangkan betapa hubungan mitra antara petani dengan kerbau harus dipertahankan. Seluruh tubuh didandani dengan coretan hitam dari arang, lengkap dengan tanduk kerbau, ini juga sebagai simbol yang menunjukkan bahwa kerbau merupakan tumpuan mata pencaharian masyarakat Alasmalang yang mayoritas sebagai petani (<http://tourismnews.co.id/category/art-culture/asal-usul-ritual-kebo-keboan-banyuwangi.html>).

Pada tahun 2014 ini penyelenggaraan *BEC* memasuki tahun ke-4 yang akan mengangkat tema budaya dan tradisi lokal yang kental dengan nuansa mistis yaitu Seblang, *The Mystic Dance of Seblang*.

Seblang adalah salah satu ritual upacara adat masyarakat suku Using Banyuwangi. Ritual ini sebagai wujud syukur atas rezeki yang melimpah dan untuk menolak bala (bencana). Ritual seblang ini dapat dijumpai di dua tempat yaitu kelurahan Bakungan dan Desa Olehsari kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi. Seblang olehsari dimainkan oleh seorang penari perempuan muda selama 7 hari secara berturut-turut yang dilaksanakan satu minggu setelah Idul Fitri. Sedangkan Seblang Bakungan dimainkan oleh perempuan tua (yang sudah menopause) selama satu malam dilaksanakan seminggu setelah Idul Adha. Tarian akan mengikuti alunan gending atau lagu dari sinden dengan mata tertutup dan dalam keadaan tidak sadarkan diri (<httpbanyuwangiapik.blogspot.com201409karnaval-banyuwangi-ethno-carnival.html>).



Gambar 15. Tarian Ritual adat Seblang
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Para penarinya dipilih secara supranatural oleh dukun setempat, dan biasanya penari harus dipilih dari keturunan penari seblang sebelumnya. Di desa Olehsari, penarinya harus gadis yang belum akil baliq, sedangkan di Bakungan, penarinya harus wanita berusia 50 tahun ke atas yang telah mati haid (menopause).

Tari Seblang ini sebenarnya merupakan tradisi yang sangat tua, hingga sulit dilacak asal usul dimulainya. Namun, catatan sejarah menunjukkan bahwa Seblang pertama yang diketahui adalah Semi, yang juga menjadi pelopor tari Gandrung wanita pertama (meninggal tahun 1973). Setelah sembuh dari sakitnya, maka nazar ibunya (Mak Midah atau Mak Milah) pun harus dipenuhi, Semi akhirnya dijadikan seblang dalam usia kanak-kanaknya hingga setelah menginjak remaja mulai menjadi penari Gandrung.

Tari Seblang ini dimulai dengan upacara yang dibuka oleh sang dukun desa atau pawang. Sang dukun mengasapi sang penari dengan asap dupa sambil membaca mantera. Setelah sang penari kesurupan (taksadarkan diri atau keji man dalam istilah lokal), Mulailah menari dengan gerakan monoton mata terpejam dan mengikuti irama gendhing yang di mainkan.

Musik pengiring Seblang hanya terdiri dari satu buah kendang, satu buah kempul atau gong dan dua buah saron. Sedangkan di desa Olehsari ditambah dengan biola sebagai penambah efek

musikal. Dari segi busana, penari Seblang di Olehsari dan Bakungan mempunyai sedikit perbedaan, khususnya pada bagian omprog atau mahkota.

Menurut pengakuan penari seblang didesa olehsari selama menjadi penari, dia harus menari selama lima jam dalam kondisi tidak sadar. Memakai omprog, kemben dan sewek dia harus menari berkeliling pentas. Memasuki ritual tundik, dia melempar selendang ke arah penonton. Siapa yang menerima selendang itu, dia yang harus menari bersama di atas pentas. Konon katanya yang mendapat selendang itu berarti dia mendapatkan keberuntungan.

Dia juga mengatakan saat sebelum memakai omprog, dirinya masih keadaan sadar. Namun, apabila sudah bau dupa dan memakai omprog dia terasa didatangi oleh seorang perempuan cantik. Memakai kemben berwarna hijau dan sewek serta memakai selendang yang dibalutkan ke pinggulnya. Setelah menari, juga merasa capek. Namun, hal itu tidak dia rasakan. Yang paling penting, menurutnya adalah agar desanya terbebas dari marabahaya

Ritual Seblang Olehsari dimana suara angklung paglak terdengar sayup–sayup ditelingga masyarakat sekitar Desa Olehsari kecamatan Glagah. Suara angklung paglak yang berada di pinggir jalan raya Ijen itu merupakan tanda bahwa desa

tersebut sedang punya gawe. Kalangan bapak – bapak dan pemuda desa, mulai mempersiapkan segala sesuatunya. Termasuk pentas yang akan digunakan untuk penari seblang.

Nama upacara adat Seblang merupakan upacara bersih desa untuk menolak balak yang diwujudkan dengan mementaskan kesenian sakral yang disebut : “Seblang” yang berbau mistis. Seblang olehsari ditarikan oleh wanita muda selama tujuh hari berturut-turut. Penari menari dalam keadaan kesurupan (tidak sadar). Ia menari mengikuti gending usungan atau lagu-lagu sebanyak 28 dan dinyanyikan oleh beberapa sinden. Pada penari Seblang di desa Olehsari, omprok (tutup kepala) biasanya terbuat dari pelepah pisang yang disuwir-suwir hingga menutupi sebagian wajah penari, sedangkan bagian atasnya diberi bunga-bunga segar yang biasanya diambil dari kebun atau area sekitar pemakaman, dan ditambah dengan sebuah kaca kecil yang ditaruh di bagian tengah omprok.

Sebelum Ritual Seblang dilaksanakan, pada malam hari sebelumnya, masyarakat desa itu menggelar selamatan yang diikuti oleh seluruh warga. Pelaksanaan Ritual Seblang dilaksanakan 7 hari setiap sore dan prosesinya sama, kecuali pada hari terakhir ada prosesi Seblang Ider bumi, keliling kampung. Pada prosesi gending "Kembang Dermo", Seblang menjual bunga. Bunga itu ditancapkan pada sebatang bambu kecil yang

terdiri 3 kuntum bunga sehingga mudah untuk dibawa. Hampir semua masyarakat desa, para penonton berebut untuk membeli bunga itu. Bunga-bunga itu disimpan untuk ana-anak atau diletakkan disuatu tempat tertentu di rumah maupun di sawah yang dipercaya sebagai tolak balak untuk mengusir pengaruh-pengaruh jahat, balak penyakit maupun keberuntungan.

Prosesi berikutnya yang disebut "Tundikan", dimana Seblang mengundang tamu atau penonton untuk menari bersama di atas pentas, yaitu dengan cara melemparkan selendang atau sampur kepada penonton. Dalam keadaan kesurupan dan mata terpejam, penari seblang menunjuk ke arah penonton dimana penari melemparkan selendangnya dan mengenai seseorang penonton. Penonton berharap bisa mendapatkan Tundik ini dan menari bersama seblang, karena dipercaya ia akan mendapat keberuntungan.

Ritual Seblang Bakungan dimana Seblang bakungan tujuannya sama yaitu merupakan upacara penyucian desa. Upacara ini dilakukan satu malam, seminggu setelah hari raya Idul Adha. Tujuan dari upacara ini adalah menolak balak, yakni dengan mengadakan pertunjukan seblang di malam hari, setelah maghrib. Acara dibuka dengan parade oncor keliling desa (Ider bumi) yang diikuti oleh penduduk desa. Seblang bakungan ditarikan oleh seorang wanita tua di depan sanggar Seni Bunga

Bakung Kelurahan Bakungan Kec.Glagah. Setelah diberi mantra-mantra ia menari dalam keadaan tidak sadar mata terpejam. Lagu-lagunya atau gending using ada 12, di antaranya seblang, podo nonton, ugo-ugo, kembang gading dan lainnya yang menceritakan tentang kehidupan, karamahan, lingkungan hidup,dsb.

Sebelum melakukan upacara, warga Bakungan ziarah ke makam buyut Fitri yang merupakan tetua desa dengan membawa ubo rampe. Setelah ziarah, seluruh warga mulai menyiapkan prosesi seblang dengan menyiapkan sesaji mulai ketan sabrang, ketan wingko, tumpeng, kinangan, bunga 500 biji, tumpeng takir, boneka dan pecut hingga kelapa sebagai lambang kejujuran. Pada penari seblang wilayah Bakungan, omprok yang dipakai sangat menyerupai omprok yang dipakai dalam penari Gandrung, hanya saja bahan yang dipakai terbuat dari pelepah pisang dan dihiasi bunga-bunga segar meski tidak sebanyak penari seblang di Olehsari. Disamping ada unsur mistik, ritual Seblang ini juga memberikan hiburan bagi para pengunjung maupun warga setempat, dimana banyak adegan-adegan lucu yang ditampilkan oleh sang penari seblang ini. Kegiatan berakhir tengah malam setelah acara "Adol Kembang". Para penonton kemudian berebut berbagai bibit tanaman yang dipajang di panggung dan mengambil kiling (baling-baling) yang di pasang di sanggar.

barang-barang yang diambil tersebut dapat di percaya dapat digunakan sebagai alat penolak balak (<http://macam-macam-tarian-daerah.blogspot.com/2013/10/sejarah-dan-pengertian-ritual-seblang.html>).

a. Strategi Promosi dalam Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC)

Hal penting dari sebuah promosi yakni dengan adanya strategi. Dimana, strategi diperlukan agar promosi menjadi tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sebelum menjawab strategi dalam festival *BEC*, dibawah ini menjelaskan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam promosi pariwisata adalah akselerasi program yaitu dengan menggerakkan potensi dan penunjang kepariwisataan secara terpadu dan berkelanjutan untuk menjadikan Banyuwangi mempunyai daya tarik. Strategi yang dimaksud antara lain :

- 1. Koordinasi**, adalah suatu upaya komunikasi yang dijalin, baik secara horizontal maupun diagonal untuk mencapai tujuan tertentu. Sebuah koordinasi yang baik akan menghasilkan output yang diharapkan. Dimana dalam strategi ini, setiap promosi yang dilakukan memerlukan sebuah koordinasi dari berbagai pihak stakeholders. Koordinasi diperlukan agar setiap stakeholders dapat bekerja sama dan bersinergi dalam melakukan kegiatan

promosi.

2. (*Friendly system*), adalah system yang menyenangkan wisatawan. Dimana potensi wisata yang ada didukung dengan adanya fasilitas, didukung dengan diadakannya festival-festival di tempat wisata dan dibuat semenarik mungkin agar para wisatawan merasa senang dan menikmati keindahan wisata.

3. *Eligible*; mengandung makna yaitu sesuatu yang dihasilkan selalu memuaskan pelanggan, dapat dipertanggungjawabkan dan sesuai dengan yang diharapkan.

4. *Coorporate culture*; penciptaan kultur organisasi yang didedikasikan untuk pelayanan prima. Penekanannya adalah bagaimana membangun nama baik dimata wisatawan, penciptaan citra organisasi (*brand image*) melalui pelayanan yang memberikan kepuasan wisatawan. Dimana sebagai daerah tujuan wisata dengan memanfaatkan momentum :

a. Penetapan Kata Kunci kepariwisataan “ *BANYUWANGI THE SUNRISE OF JAVA* “, karena matahari terbit paling awal di BANYUWANGI.

b. Penetapan Gandrung sebagai Maskot Pariwisata Banyuwangi sesuai SK Bupati Banyuwangi nomor. 173 Tahun 2002 tanggal 31 Desember 2002

- c. Penetapan Segitiga Berlian sebagai ikon pariwisata alam Banyuwangi, yaitu Kawah Ijen, Pantai Plengkung dan Pantai Sukomade.
- d. Mewujudkan Banyuwangi sebagai “*City of Art*” dengan keragaman budaya yang dimiliki, akar budaya lokal yang kuat dan interaksi budaya antar etnis yang ada serta letak geografis yang terletak di persimpangan.
- e. Mendorong terlaksananya investasi di bidang pariwisata dengan memberlakukan program isentif.

Strategi yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam promosi pariwisata melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* sebagai berikut :

1. Koordinasi

Festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* tidak dapat berjalan tanpa adanya koordinasi dari berbagai stakeholders. Sebuah koordinasi yang baik akan menghasilkan output yang diharapkan. Koordinasi diperlukan agar setiap *stakeholders* dapat bekerja sama dan bersinergi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*. Hal ini senada dengan pernyataan Bapak Bramuda selaku kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, berikut pernyataanya:

“potensi wisata yang kita promosikan melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* ini tidak sepenuhnya

menggunakan anggaran APBD, namun sebagian dengan dukungan dan bantuan dari pihak-pihak lain. Kita punya stakeholders yang mendukung kegiatan promosi ini contohnya perbankan, dinas-dinas vertikal terkait yang ada di daerah, dan perusahaan-perusahaan disini yang juga membantu pemerintah daerah. Dari situ kita mengajak mereka para stakeholders untuk melakukan promosi pariwisata dan dengan begitu pekerjaan untuk melakukan promosi itu tidak hanya dikerjakan oleh pemerintah saja tapi juga dikerjakan oleh stakeholders-stakeholders yang saya sebutkan tadi. Dan tentu saja hal tersebut harus menjadi satu kesatuan, dan itulah yang disebut *entrepreneur* dimana kita bisa bekerja diluar APBD. Tentu saja, hal tersebut tidaklah gampang karna harus diperlukan cara-cara khusus salah satunya ya dengan koordinasi, sehingga daerah bisa survive dan terus dapat melakukan promosi sesuai dengan potensi-potensi yang dimiliki". (Wawancara pada hari Rabu tanggal 04/06/2014, pukul 16.00 WIB).

Hal ini senada dengan pendapat Bapak Endro selaku kepala bidang pemasaran yang mengatakan bahwa:

"dalam promosi pariwisata melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, kita tak hanya berkoordinasi dengan stakeholders dari pihak swasta saja, namun kita juga perlu berkoordinasi dengan para seniman dan budayawan sebagai tim pengamat dan kreasi dalam festival ini". (Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB).

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa strategi promosi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yang dilakukan oleh pemerintah tak lepas dari peran dan fungsi pihak-pihak swasta maupun pihak-pihak publik yang terkait. Dimana dalam kegiatan promosi tersebut pemerintah daerah dan para *stakeholders* bersinergi dan

bekerja sama dengan memikul tugas dan tanggung jawabnya masing-masing.

Selain itu, koordinasi ini diperlukan untuk mempersiapkan segala sesuatu dalam festival *BEC*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Erfin selaku Seksi Promosi Budaya dan Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut :

“sebelum *BEC* ini dimulai, kita melakukan persiapan-persiapan dulu. Pertama kita adakan sosialisasi untuk para SKPD dan para seniman senior yang terlibat, disitu kita rapatkan bagaimana nanti koordinasinya, kita rapatkan juga tema apa yang akan digunakan. Setelah itu kita adakan audisi bagi peserta. Dan peminat untuk *BEC* ini banyak, sampai 1000 peserta lebih, tapi kita hanya memilih 200 peserta saja dan audisi itu pihak kita sendiri yang melakukannya. Setelah peserta terpilih, kita karantina mereka selama 3 hari yang tujuannya untuk melatih koreografi mereka supaya pada saat show time nanti mereka punya kemampuan untuk menari dan berunjuk gigi didepan penonton” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Hal diatas juga senada dengan pernyataan Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang juga menambahkan persiapan-persiapan sebelum *BEC* dimulai, berikut pernyataannya :

“sebelum *BEC* ini dimulai, kita juga mempersiapkan dan membuat undangan untuk para tamu yang akan diundang. Ya undangan itu kita sendiri yang membuatnya, trus kita kirim sendiri melalui jasa pengiriman. Kita juga mengadakan workshop bagi para calon peserta *BEC* yang lolos audisi. Dalam workshop

itu nanti kita jelaskan tema budaya apa yang kita gunakan, kita beri gambaran lah para peserta ini, agar mereka punya acuan dalam membuat dan mendesain kostumnya” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Dalam pernyataan diatas, beliau menegaskan bahwa dalam persiapan kegiatan *BEC* ini para birokrat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisatalah yang menjadi *leader* nya, namun adapula peran pendukung yang turut membantu dalam persiapan maupun pada saat kegiatan *BEC* berlangsung. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang menyatakan bahwa:

“dalam persiapan kegiatan *BEC* ini, tidak semuanya murni kita melakukannya sendiri, tapi kita juga dibantu oleh para seniman budayawan senior dan juga Dewan Kesenian Blambangan. Mereka adalah pihak yang membantu dalam melatih koreografi dan mengarasemen musik yang akan digunakan pada saat show time nanti. Pada saat presentasi kostum nanti, para peserta juga dilatih koreografi oleh para Dewan Kesenian Blambangan (DKB). Disamping para DKB ini melatih koreografi, para seniman budayawan dan anggota musiknya membuat arasemen musik dengan alat musik tradisional yang di mix dengan alat musik elektro juga” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 04/06/2014, pukul 16.00 WIB*).

Dalam persiapan kegiatan *BEC*, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dibantu oleh seniman budayawan senior dan Dewan Kesenian Blambangan. Tahapan-tahapan persiapan kegiatan *BEC* sebagai berikut:

1. Sosialisasi kegiatan *BEC*, sosialisasi ini dengan melibatkan SKPD terkait dan seniman budayawan senior yang menjadi

stakeholders dalam pelaksanaan *BEC*. Sosialisasi ini bertujuan untuk pembagian tugas pada saat *BEC* diselenggarakan. Sosialisasi ini juga bertujuan untuk menyatukan ide dan pendapat dari para SKPD dan seniman demi kelancaran pelaksanaan kegiatan *BEC*. Pada sosialisasi ini juga dimana ditentukannya tema budaya apa yang akan diangkat dalam pelaksanaan *BEC*.



Gambar 16. Sosialisasi sebelum Pelaksanaan *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

2. Pembuatan undangan bagi para tamu. Pembuatan undangan ini juga dilakukan oleh para birokrat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sendiri. Undangan-undangan tersebut mereka desain, dan kemas dengan usaha mereka sendiri.



Gambar 17. Pembuatan Undangan untuk Para Tamu *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 18. Undangan *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Pembuatan undangan festival *BEC* dikerjakan oleh birokrat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, dimana mulai dari desain undangan sampai undangan telah siap diedarkan, pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengerjakannya sendiri. Dan setelah undangan siap untuk diedarkan, pihak Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata mengirim undangan-undangan tersebut melalui jasa pengiriman.

3. Audisi peserta, dimana 60% peserta dari kalangan pelajar dan 40% dari kalangan umum. Peserta yang mengikuti audisi ini diperkirakan mencapai 1000 orang peserta dikarenakan *BEC* ini merupakan event yang sangat menarik sehingga banyak diminati. Namun nantinya peserta yang akan tampil dalam *BEC* hanya sebanyak 200 orang peserta saja.



Gambar 19. Audisi Calon Peserta *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 20. Interview Calon Peserta *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Audisi calon peserta *BEC* dilakukan oleh pihak birokrat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dengan cara interview. Audisi dan interview calon peserta *BEC* pun dilakukan oleh birokrat dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

4. *Workshop* bagi para peserta *BEC*. *Workshop* dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan dan memberi gambaran tentang tema budaya yang akan digunakan dalam kegiatan *BEC*. Selain itu, *workshop* juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait budaya adat asli Banyuwangi sehingga dapat meningkatkan rasa keingin tahuan para peserta terhadap budaya tersebut. *Workshop* diadakan oleh para birokrat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang dibantu oleh seniman budayawan juga. Mereka bertugas menjelaskan tentang budaya adat yang digunakan sebagai tema kepada para peserta agar para peserta memiliki pandangan dalam pembuatan kostum. Dalam pelaksanaan *workshop* ini, para peserta *BEC* dikarantina selama 3 hari untuk diberi bekal keterampilan koreografi.



Gambar 21. Karantina Calon Peserta *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 22. Latihan Koreografi bagi Para Peserta *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Latihan koreografi dimaksudkan agar para peserta dapat memberikan sebuah atraksi maupun tarian-tarian pada saat show time *BEC* dilaksanakan. Dalam latihan koreografi ini, birokrat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggandeng sejumlah seniman dan juga Dewan Kesenian Blambangan

sebagai pelatih koreografi para peserta *BEC*. Kegiatan karantina peserta *BEC* selama 3 hari tersebut juga dihadiri oleh para seniman budayawan senior dimana mereka hadir bersama personil grup musik yang akan digunakan dalam pelaksanaan *BEC* mengarasemen musik-musik yang nantinya menjadi pendamping para peserta *BEC*. Jadi, para peserta *BEC* menunjukkan atraksi tari-tarian dan melenggang-lenggong diatas *catwalk* dengan diiringi musik-musik tersebut.



Gambar 23. Latihan Arasemen Musik
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 24. Seniman Budayawan yang hadir dalam kegiatan karantina
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Selama kegiatan karantina juga ada *workshop* dan presentasi kostum bagi para peserta *BEC*. Setelah calon peserta *BEC* telah terpilih, mereka diharuskan untuk membuat kostum dengan tema budaya yang telah ditentukan. Presentasi yang dihadiri oleh para seniman senior dengan tujuan agar mereka dapat memberikan masukan maupun ide untuk kostum-kostum yang sudah dibuat oleh para peserta supaya tidak keluar dari tema yang telah ditentukan.



Gambar 25. Presentasi Kostum *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Dalam pelaksanaan kegiatan *BEC* ini, mulai dari persiapan sampai kegiatan dilaksanakan, birokrat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggandeng beberapa pihak-pihak baik dari sesama SKPD maupun pihak-pihak lain seperti pihak swasta, dan masyarakat seperti seniman dan budayawan senior.

Hal ini senada dengan pernyataan dari Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“banyak yang terlibat dalam kegiatan *BEC* ini, semua SKPD yang ada disini bahu membahu. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai leader atas terselenggaranya *BEC* yang didukung oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Pertambangan, mereka ini mengadakan pameran pada saat *BEC*, ada tim kesehatan dari Dinas Kesehatan, dari Humas kita kumpulkan karna medianya. Jadi, semua itu bersatu dan inilah yang dinamakan *entrepreneur*, karna biasanya birokrasi itu sulit bersatu, dimana koordinasi itu gampang diucapkan tapi sulit untuk dilakukan. Tapi jika di Banyuwangi itu semua tidak sulit, karna tiap ada event para stakeholders ini berkumpul menyatukan visi bahwa ini untuk Banyuwangi” (*Wawancara pada hari Rabu tanggal 04/06/2014, pukul 16.00 WIB*).

Hal diatas juga senada dengan pernyataan Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai berikut :

“selain dari para SKPD, kita pun melibatkan para seniman dan budayawan senior dimana mereka yang membantu kita dalam memilih tema dan mengarasemen musik tradisional dengan menggunakan alat musik tradisional dan elektro. Selain itu juga ada dari Kepolisian dan Satpol PP. Karna sebesar apapun sebuah acara, tapi jika penontonnya tidak tertib, ya percuma saja, untuk itulah kita membutuhkan dari pihak kepolisian dan satpol PP. Ada juga dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan, mereka lah yang membersihkan jalanan sehingga pada saat show time berlangsung jalanan itu sudah bersih, dan pada saat acara selesai pun mereka juga bergegas untuk membersihkan jalanan lagi” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Pernyataan diatas ditambahkan juga oleh Ibu Erfin selaku Seksi Promosi Budaya dan Wisata yang menyatakan bahwa:

“kita ini juga dibantu oleh Dewan Kesenian Blambangan. Mereka itu pihak yang melatih koreografi para peserta *BEC*, mulai dari gerakan-gerakan dasar tari-tarian yang akan dipertunjukkan sampai bagaimana ekspresi yang harus ditonjolkan. Dewan Kesenian Blambangan ini juga yang menata bagaimana seharusnya tata panggung yang ada di start kegiatan. Kita juga mengundang dari komunitas fotografer, dimana mereka berfungsi sebagai media dalam kegiatan promosi melalui *BEC* ini” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Hal senada juga diutarakan oleh Bapak Hasnan selaku seniman budayawan senior Kabupaten Banyuwangi yang terlibat dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* sebagai berikut:

“menggarap desain untuk *BEC* bukanlah pekerjaan mudah. Diperlukan pengamatan budayawan dan seniman agar tidak menyimpang jauh dengan nilai pertama yaitu, untuk mengembangkan akar budaya Banyuwangi dan jangan sampai tergilas oleh jaman. Sebab mengekspresikan bentuk budaya secara kontemporer dengan atribut penunjang itu bukanlah pekerjaan yang main-main. Bukan sekedar tempel sana, tempel sini, tapi diperlukan imajenasi yang menukik dan berwawasan global” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 16.30 WIB*).

Jadi, *stakeholders* yang terlibat dalam kegiatan *BEC* ini adalah sebagai berikut:

- a. Budayawan dan Seniman senior, tugas mereka yaitu sebagai aktor yang memilih tema, sub tema, membuat

arasemen musik kolaborasi antara musik tradisional dan modern dengan menggunakan alat musik tradisional dan elektronik.

- b. Dinas perindustrian, perdagangan, dan pertambangan yang bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, tugas mereka mengadakan dan membuka stan-stan pameran sebelum show time dan pada saat *BEC* berlangsung dengan tujuan menyediakan produk-produk asli Banyuwangi untuk para tamu, masyarakat, maupun wisatawan,
- c. Dinas kebersihan dan pertamanan, mereka yang membersihkan jalan dan lingkungan yang akan menjadi rute *BEC*.



Gambar 26. Dinas Kebersihan dan Pertamanan yang membersihkan jalan protokol *BEC*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

- d. Kepolisian dan Satpol PP, tugas mereka yaitu sebagai petugas keamanan yang menjaga dan mengatur para

penonton agar teratur, tertib dan tidak mengganggu selama acara atau showtime berlangsung.



Gambar 27. Kepolisian yang berjaga disepanjang jalan protokol
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

- e. Pihak Sponsor (Honda, Telkom, Indomart, Bank Jatim, sponsor dari makanan ex teh pucuk, pocari), mereka lebih membantu dalam bentuk bahan seperti memberikan fasilitas seperti tenda, sound system, pagar pembatas, dorprise, kaos
- f. Dinas Kesehatan, tugas mereka yaitu menyediakan stan-stan kesehatan untuk para peserta dan panitia
- g. Dewan Kesenian Blambangan, tugas mereka yaitu melatih koreografi para peserta *BEC* dan mendesain tata panggung yang akan digunakan pada saat show time kegiatan *BEC*
- h. Komunitas potografer, tugas mereka yaitu mengabadikan festival *BEC* dengan foto-foto. Dan hal tersebut bukan tidak mungkin hasil-hasil potretan mereka akan diunggah ke media massa, maupun sosial media lainnya.



Gambar 28. Para potografer yang bersiap menunggu peserta *BEC* tampil
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Semua *stakeholders* yang terlibat diatas memberikan dukungan baik berupa saran, sarana dan prasarana. Hal diatas senada dengan pernyataan Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“saat pertama kita menyelenggarakan *BEC* ini, masih banyak orang yang belum tau apa itu *BEC*. Tapi setelah kegiatan ini dilaksanakan ditahun kedua, banyak orang yang mulai tertarik. Banyak pihak sponsorship yang mau mendukung, contohnya honda, suzuki, telkomsel, dan banyak lagi. Dalam kegiatan *BEC* ini mereka menyumbang prasarana untuk membesarkan event ini dan disamping itu juga mereka ingin berpromosi produk-produknya. Bisa dikatakan mereka ini mensupport kegiatan kita” (Wawancara pada hari Rabu tanggal 04/06/2014, pukul 16.00 WIB).

Hal ini juga senada dengan pernyataan Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Kabupaten Banyuwangi yang juga menegaskan banyaknya sponsor yang mensupport kegiatan *BEC* ini, berikut pernyataannya:

“banyak dukungan dari pihak sponsor dalam kegiatan *BEC*, namun kita tidak menerima dalam bentuk uang. Misalnya jika ada prasarana seperti pagar pembatas, sound system dan tenda yang kurang, kita mintakan dari pihak-pihak sponsor tersebut. Dan juga ada dari pihak sponsor makanan yang ikut menyumbang makanan ringan untuk para tamu, juga dorprise-dorprise” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Pernyataan diatas juga ditambahkan oleh Ibu Erfin selaku Seksi Promosi Budaya dan Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan bahwa :

“selain dari pihak sponsor, kita juga didukung dari dana APBD, tapi tidak banyak. Kita tau bahwa *BEC* ini adalah event besar, jadi kita harus cari cara bagaimana agar tidak hanya mengandalkan APBD saja. Ya dengan membuat event itu menarik tentu saja, jadi akan banyak pihak sponsor yang tertarik dan mendukung kegiatan ini” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Di dalam pelaksanaan kegiatan promosi khususnya *BEC* ini, para birokrat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ini mendapatkan dukungan anggaran dari APBD. Tetapi mereka tidak ingin hanya mengandalkan APBD saja. Untuk itu mereka berinovasi dengan mentransformasi budaya yang dikemas dalam *BEC* untuk mempromosikan potensi daerahnya. Dengan adanya transformasi budaya tersebut, akan menarik perhatian dari

banyak kalangan diantara pihak-pihak swasta maupun masyarakat dan juga para wisatawan untuk memberikan dukungan.

2. (*Friendly system*)

Adalah system yang menyenangkan wisatawan. Dalam festival Banyuwangi Ethhno Carnival (*BEC*) ini adalah dengan mentransformasi budaya asli ke dalam bentuk yang modern dan menarik sehingga penonton yang menyaksikannya akan merasa senang. Strategi ini diperjelas dengan adanya pernyataan dari Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan bahwa:

“dalam mempromosikan potensi-potensi yang ada khususnya budaya, Bupati Abdullah Azwar Anas melemparkan gagasan untuk melakukan transformasi budaya dalam bentuk kreativitas di akar budaya Banyuwangi ya melalui festival *Banyuwangi Ethhno Carnival (BEC)* ini” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Pernyataan diatas juga didukung oleh Ibu Erfin selaku Seksi Promosi Wisata dan Budaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut :

“dalam promosi, tentu saja kita harus membuat bagaimana suatu produk itu dikemas dalam bentuk yang menarik sehingga akan banyak orang yang akan tertarik pula. Kita modifikasi potensi budaya yang akan dipromosikan, kita buat semenarik mungkin, tentu saja *flashback* nya para wisatawan itu akan senang

melihatnya” (Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB).

Dari pernyataan diatas, dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan pemerintah daerah melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, yaitu dengan memodifikasi budaya adat yang ada ke dalam bentuk-bentuk kreatif tanpa menghilangkan unsur-unsur aslinya. Dengan adanya modifikasi tersebut, tentu saja dapat membuat para wisatawan semakin tertarik untuk berkeinginan mengetahui budaya-budaya apa saja yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

3. Eligible

Mengandung makna yaitu sesuatu yang dihasilkan selalu memuaskan pelanggan, dapat dipertanggungjawabkan dan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini senada dengan pernyataan bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“*BEC* itu adalah budaya lokal yang kita angkat menjadi budaya yang mendunia, contohnya kebo-keboan. Kita tau bahwa turis itu menginginkan sebuah budaya yang asli, namun jika ingin mengetahui budaya yang asli seperti kebo-keboan maka harus datang ke daerah yang dimana kebo-keboan diadakan yaitu di desa Aliyan dan Alas Malang. Tetapi dalam *BEC* ini kita sediakan *prototype* dengan menampilkan budaya adat kebo-keboan yang sudah dimodifikasi.” (Wawancara pada hari Kamis tanggal 04/06/2014, pukul 16.00 WIB).

Pernyataan diatas juga didukung oleh pernyataan dari Bapak Endro selaku Kepala bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan bahwa :

“Walaupun dalam *BEC* ini berbentuk modifikasi budaya, tapi para turis tak perlu khawatir jika ingin tahu budaya adat kebo-keboan yang asli, karna sebelum para peserta *BEC* berjalan di catwalk, budaya asli salah satunya kebo-keboan, kesenian gandrung kita tampilkan terlebih dahulu, barulah modifikasi dari kebo-keboan yang dikemas dalam *BEC* ini kita tampilkan. Sehingga *BEC* itu adalah bentuk dari transformasi budaya lokal asli menjadi budaya modern yang siap disajikan ke mancanegara”
(Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB).

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa salah satu tema budaya adat yang diangkat dalam *BEC*, yaitu gandrung dapat dipertanggung jawabkan keasliannya, dimana sebelum modifikasi ditampilkan maka didahului dengan ditampilkannya budaya adat yang asli.



Gambar 29. Penampilan Asli dari Kesenian Gandrung
(Sumber: Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)

Setelah menampilkan wujud asli dari kesenian yang dijadikan tema, barulah kirab dari modifikasi dipertunjukkan. Modifikasi yang terwujud dalam bentuk unik, menarik serta indah dapat memuaskan penonton tentu saja. Hal tersebut dapat diketahui dengan semakin banyaknya jumlah penonton yang menyaksikan *BEC* dari tahun ke tahun baik dari dalam maupun dari luar Kabupaten Banyuwangi. Dan setelah melihat bentuk dari modifikasi budaya yang sangat indah, tentu saja hal tersebut menjadi apa yang diharapkan wisatawan maupun masyarakat yang menjadi penonton.



Gambar 30. Kirab Modifikasi dari Kesenian Gandrung
(Sumber: Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

b. Bentuk Promosi dalam Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC)

Bentuk promosi merupakan cara-cara yang dilakukan dalam wujud yang bermacam-macam. Bentuk promosi yang menarik akan dapat membuat masyarakat menjadi tertarik untuk lebih mengetahui tentang sesuatu hal yang menjadi topik dalam promosi tersebut.

Sebelum bentuk promosi dalam festival *BEC* dijelaskan, dibawah ini adalah bentuk promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mempromosikan pariwisatanya secara umum, sebagai berikut:

1. Periklanan

Periklanan merupakan bentuk promosi dengan menggunakan media, baik media cetak maupun media elektronik. Media cetak diantaranya diantaranya melalui koran lokal ataupun nasional seperti *jawapos*, dan untuk majalah diantaranya melalui majalah *Tempo*, *in-flight magazine* yaitu majalah-majalah yang ada pada pesawat terbang, seperti Garuda Indonesia, Wings, Citizinks, Lion, dan Sriwijaya. Media elektronik dengan menggunakan IT pada smartphone android, melalui K-TV yaitu televisi yang dipasang pada kereta api eksekutif.

2. *Gathering*

Gathering adalah dimana pihak yang melakukan promosi pariwisata melakukan penjualan langsung dengan mempertemukan para pelaku industri wisata atau *seller* dengan pemilik agen perjalanan wisata atau *buyer* guna terjalinnya kerjasama antar kedua pihak di bidang pariwisata. Sebagaimana pernyataan yang dikemukakan oleh Bapak Endro

selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“kita bekerja sama dengan travel agent dan pengusaha hotel lalu kita membuat paket-paket wisata untuk kita jual langsung. Kita pernah melakukan gattering ini di Bali selama 2 tahun berturut-turut, di Jogjakarta dan Kediri, dan dampaknya itu sangat signifikan ketimbang kita hanya mengadakan pameran-pameran” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Jadi, pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak hanya berjalan sendiri dalam melakukan promosi, mereka mengajak *stakeholders* pariwisata yang ada di banyuwangi seperti pengusaha hotel dan *travel agent* ke daerah-daerah pilihan dengan tujuan mempertemukan para *stakeholders* Banyuwangi dengan para *stakeholders* di daerah-daerah pilihan tersebut.



Gambar 31. Pertunjukan tarian dari Banyuwangi pada saat Gathering
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 32. Pertemuan antar stakeholders pada saat Gathering
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)

3. Pameran

Pameran merupakan kegiatan promosi yang dilakukan dengan menjual dan menyediakan produk-produk unggulan dan asli daerah. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi berikut pernyataannya :

“kita juga mengadakan pameran dengan membuka stan-stan setiap ada kegiatan yang berhubungan dengan promosi. Dalam pameran itu, kita menjual dan menyediakan produk-produk unggulan dan asli daerah. Karena kita adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, tentu saja pameran itu berupa pameran-pameran budaya dan wisata” (Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB).

Kegiatan pameran ini menurut Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dirasa kurang memberikan dampak yang signifikan, karena pameran tidak berbentuk dalam skala

yang menarik.



Gambar 33. Kegiatan Pameran
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

4. Family trip

Kegiatan hubungan kekeluargaan yang dilakukan dengan cara kontak-kontak pribadi (dengan pengusaha perantara, media massa dan pimpinan-pimpinan masyarakat). Hal diatas sesuai dengan pernyataan dari Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan bahwa :

“kita mengundang para tamu untuk berkunjung ke Banyuwangi, dan tamu-tamu tersebut kebanyakan dari orang-orang media. Kita mengajak mereka untuk berjalan-jalan berkeliling Banyuwangi, kita mengajak mereka ke tempat-tempat wisata yang dimiliki Banyuwangi baik wisata alam, budaya dan religi. Nah, tentu saja akan muncul rasa kekaguman para tamu-tamu tersebut akan beragam potensi yang dimiliki Banyuwangi. Dan bukan tidak mungkin juga jika para media yang kami undang tersebut akan meliput dan mengiklankan potensi yang dimiliki Banyuwangi ke dalam media massa” (Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB).

Pernyataan diatas juga didukung oleh pernyataan Ibu Erfin selaku Seksi Promosi Budaya dan Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan bahwa:

“kita juga sering mengundang tamu dari para investor, dan bahkan dari kalangan Menteri juga. Kita ajak mereka jalan-jalan, kita ajak mereka melihat potensi-potensi yang ada di Banyuwangi. Kita juga ajak mereka untuk turut serta dalam adat tradisi yang dilakukan di Banyuwangi. Dengan melihat banyaknya potensi yang ada itu, besar keinginan para investor untuk berinvestasi di Banyuwangi ini. Para Menteri yang kita undang juga, akan merasa kagum dengan adat tradisi yang kita miliki. Dengan kekaguman itu, tidak menutup keinginan dia akan bercerita ke teman-temannya bahwa Banyuwangi itu kaya akan potensi alam dan budaya. Nah, dari teman yang menjadi pendengar ini kemungkinan ingin mengetahui bagaimana sih Banyuwangi itu. Bisa saja, rasa keingintahuan itu akan membawa pendengar ingin mengunjungi Banyuwangi” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Dari pernyataan diatas diketahui bahwa kegiatan *family trip* ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan secara kekeluargaan. Dimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi mengundang para tamunya dengan menganggapnya sebagai bagian dari keluarganya untuk diajak berjalan-jalan, *refreshing*, dengan melihat-lihat potensi apa saja yang dimiliki Banyuwangi.



Gambar 34. Kegiatan *Family Trip*
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

5. Kegiatan Event yang terangkum dalam Banyuwangi Festival

Banyuwangi Festival merupakan usaha promosi yang dilakukan Pemerintah Daerah Banyuwangi yang selalu menjadi agenda rutin setiap tahunnya. Hal itu sesuai dengan tekad Pemerintah Daerah Banyuwangi untuk mendatangkan wisatawan sebanyak mungkin. Hal ini senada dengan pernyataan dari Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, beliau mengatakan:

“Banyuwangi festival merupakan event-event yang dilakukan dengan mengangkat seni budaya, adat istiadat serta tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi, diantaranya Banyuwangi *International Surfing Competition*, Banyuwangi Batik Festival, Festival Anak Yatim dan Khitanan Massal, Pagelaran Wayang Kulit, *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, Banyuwangi *Tour de Ijen*, Banyuwangi Jazz Festival, Festival Kuwung, Pameran Pembangunan dan Festival Kuliner. Event-event diatas dilaksanakan tiap tahun, dengan tujuan mempromosikan potensi daerah yang ada di

Banyuwangi yang dikemas dalam bentuk yang menarik” (Wawancara pada hari Rabu tanggal 04/06/2014, pukul 16.00).

Pernyataan diatas juga didukung oleh pernyataan Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi tentang banyuwangi festival, sebagai berikut :

“Banyuwangi Festival ini merupakan bentuk promosi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dengan harapan untuk menyenangkan para wisatawan dan masyarakat. Dimana Banyuwangi Festival ini merupakan agenda tiap tahun yang selalu dilaksanakan untuk mempromosikan potensi-potensi yang ada di Banyuwangi. Banyuwangi Festival ini juga dimanajemen oleh Satuan Kerja Pegawai Daerah (SKPD) melalui dinas-dinas yang terkait, diantaranya Dinas Pendidikan dan Olahraga, Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Pertambangan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informasi, Dinas Koperasi, dan Bagian Kesejahteraan Masyarakat” (Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB).

Ayo ke BANYUWANGI FESTIVAL 2014	
01	INTERNATIONAL SURFING COMPETITION
02	BARONG IDER BUMI
03	SEBLANG OLEHSARI
04	BANYUWANGI BATIK FESTIVAL (BBF)
05	BANYUWANGI ART WEEK
06	FESTIVAL RUJAK SOTO
07	MAMAH DEDEH NGAJI BARENG PEREMPUAN BANYUWANGI
08	TUMPENG SEWU KEMIREN
09	SEBLANG BAKUNGAN
10	INTERNATIONAL TOUR DE BANYUWANGI IJEN
11	FESTIVAL ANAK YATIM
12	FESTIVAL WAYANG KULIT
13	KEBO-KEBOAN ALIYAN & ALAS MALANG
14	BANYUWANGI ETHNO CARNIVAL (BEC)
15	FESTIVAL NGOPI SEPULUH EWU
16	FESTIVAL GANDRUNG SEWU
17	BANYUWANGI JAZZ FESTIVAL
18	FESTIVAL KUWUNG
19	FESTIVAL NGARAK 1771 ANCAK
20	MALAM APRESIASI SENI BANYUWANGI
21	AGRO EXPO
22	INTERNATIONAL ADVENTURE TRAILL
23	REFLEKSI AKHIR TAHUN (UST. YUSUF MANSUR)
23 - 25 MEI	
29 JULI	
1 - 7 AGUSTUS	
20 SEPTEMBER	
20 - 27 SEPTEMBER	
20 SEPTEMBER	
20 SEPTEMBER	
25 SEPTEMBER	
12 OKTOBER	
16 - 19 OKTOBER	
23 OKTOBER	
31 OKT & 1 NOV	
2 NOVEMBER	
22 NOVEMBER	
23 NOVEMBER	
29 NOVEMBER	
6 DESEMBER	
13 DESEMBER	
20 DESEMBER	
20 DESEMBER	
20 - 27 DESEMBER	
21 DESEMBER	
31 DESEMBER	

www.banyuwangikab.go.id | banyuwangitourism.com | @banyuwangi_kab | @bwi_festival

Gambar 35. Jadwal Banyuwangi Festival
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Jadwal Banyuwangi Festival dapat ditemukan di banyak tempat umum, contohnya saja seperti di stasiun, rumah makan, di pinggir-pinggir jalan raya, maupun di tempat-tempat wisata di Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut bertujuan agar setiap pengunjung yang datang ke tempat-tempat tersebut mendapatkan informasi tentang jadwal semua event yang diselenggarakan oleh Kabupaten Banyuwangi. Dengan seperti itu, maka akan menarik para pengunjung dari dalam maupun luar daerah yang akan berkunjung ke Banyuwangi untuk menyaksikan event-event yang ada. Banyuwangi festival yang diadakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi menjadi tolak ukur dari promosi yang dilakukan. Dimana Banyuwangi Festival ini banyak memberikan dampak bagi masyarakat maupun Pemerintah Daerah sendiri. *Multiplayer* efeknya pun dapat langsung dirasakan oleh masyarakat terutama masyarakat yang tinggal disekitar tempat wisata.

Bentuk promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* merupakan bentuk dari kegiatan event yang terangkum dalam Banyuwangi Festival. *Banyuwangi Ethno Carnival* dipromosikan melalui bentuk periklanan dan parade. Periklanan ditujukan kepada masyarakat agar menjadi

mengerti maksud dan arti dari *BEC* sedangkan parade atau perayaannya ditujukan pada masyarakat pula namun dalam bentuk yang nyata.

1. Periklanan

Dalam mempromosikan potensi wisata melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang mempromosikannya melalui bentuk periklanan yaitu pada media cetak, media elektronik, maupun media sosial.

Hal diatas senada dengan pernyataan Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“promosi kita lakukan dengan menggunakan media cetak maupun media elektronik yang bersumber dari APBD. Sedangkan yang non APBD adalah kegiatan dengan *private partnership* yaitu dengan bekerjasama dengan PT Telkom, Telkomsel, dealer-dealer honda, dimana kedua belah pihak menyepakati adanya promosi. Pihak private tersebut memiliki baliho-baliho di Jawa-Bali. Jadi, di baliho itulah dipasang promosi tentang festival *BEC* sehingga masyarakat diluar Banyuwangi bisa tau bahwa kita mengadakan festival *BEC* ini. Dan kita pun tidak membayar, karena sudah ada kesepakatan tentang promosi ini. *BEC* juga diiklankan pada media elektronik seperti televisi dan radio. Beberapa televisi biasanya menyiarkan *BEC* secara langsung, contohnya JTV dan MetroTV”. (Wawancara pada hari Jumat tanggal 25/07/2014, pukul 16.30)

Hal diatas juga senada dengan pernyataan Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

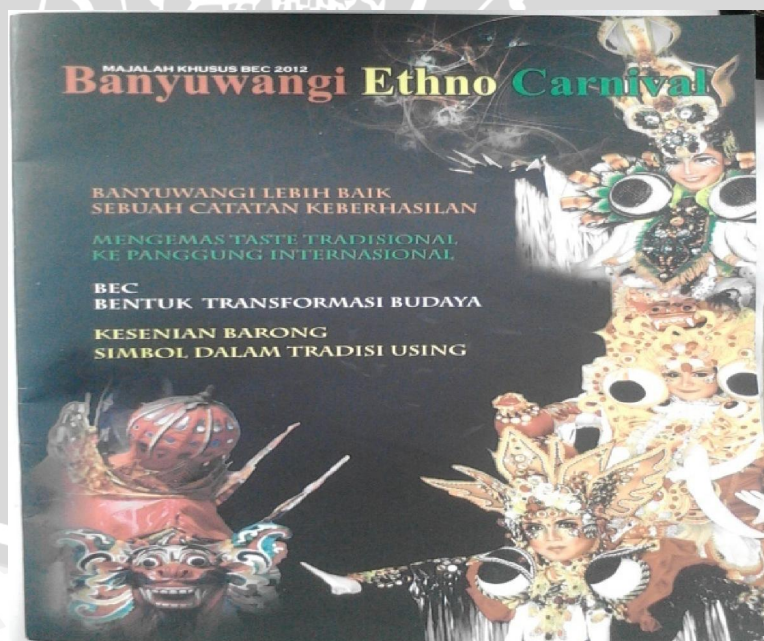
“dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* promosi yang kita lakukan yaitu dengan menggunakan media cetak, diantaranya melalui baliho, koran lokal ataupun nasional seperti jawapos, dan untuk majalah diantaranya melalui majalah Tempo, *in-flight magazine* yaitu majalah-majalah yang ada pada pesawat terbang, seperti Garuda Indonesia, Wings, Citizinks, Lion, dan Sriwijaya dan ada juga majalah yang memang khusus tentang *Banyuwangi Ethno Carnival*, dan juga kita memasang baliho-baliho untuk acara *BEC* ini.” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Pernyataan dari Kepala Bidang Pemasaran diatas juga ditambahkan dengan pernyataan oleh Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, beliau mengatakan bahwa:

“kita juga punya tim media yang bertugas mensupport, meliput dan mengiklankan kegiatan-kegiatan yang kita lakukan khususnya dalam promosi. Pada saat festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, kita mengundang para fotografer yang ada di Banyuwangi. Harapannya dengan adanya media tersebut, festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* akan cepat dikenal masyarakat baik didalam maupun diluar daerah Banyuwangi”. (*Wawancara pada hari Rabu tanggal 04/06/2014, pukul 16.00*)



Gambar 36. In flight magazine yang memuat artikel BEC (Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 37. Majalah khusus BEC (Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 38. Baliho festival *BEC*
(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Bentuk periklanan dalam festival *BEC* ini dilakukan dengan berbagai media yaitu media media cetak, media elektronik maupun media sosial. Dalam hal ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dibantu oleh pihak swasta diantaranya PT Telkom, Telkomsel, dealer-dealer Honda.

2. Kegiatan Event yang terangkum dalam *Banyuwangi Festival*

Festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* terangkum ke dalam bentuk promosi Banyuwangi Festival. Dimana, festival *BEC* diluapkan kedalam bentuk parade atau perayaan berskala International dengan mentransformasi budaya adat yang ada ke dalam bentuk

yang modern dan menarik. *BEC* merupakan bentuk dari transformasi budaya adat Banyuwangi yang dikemas dalam bentuk yang lebih kreatif tanpa merubah seni tradisi yang ada dalam masyarakat Banyuwangi. Pernyataan tentang *BEC* diutarakan juga oleh Bapak Hasnan selaku Seniman Budayawan senior Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“*BEC* itu bukan bentuk pemboyongan, tapi dalam bentuk kreativitas di akar budaya Banyuwangi yang jumlahnya cukup banyak untuk memapah masa depan Banyuwangi dalam era globalisasi. Sejumlah budaya Banyuwangi baik adat maupun seni digarap secara kreatif dalam penampilan yang kontemporer, yang abstrak dan *absurd* yang tidak terikat ruang dan waktu, yang tak terbayangkan di masa lalu, dan suatu penampilan yang tak terduga di masa yang akan datang” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 16.30 WIB*).



Gambar 39. Budaya Adat Asli Kebo-Keboan
(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Banyuwangi)



Gambar 40. Modifikasi Kebo-Keboan yang dikemas dalam *BEC*

(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Sesuai dengan artinya bahwa *BEC* merupakan wujud dari transformasi budaya lokal yang dimodifikasi ke dalam bentuk kreatif tanpa menghilangkan unsur-unsur aslinya.



Gambar 41. Parade Festival *BEC*

(Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Festival *BEC* berbentuk perayaan atau parade di sepanjang jalan protokol yang telah disediakan. Perayaan tersebut diikuti oleh para peserta yang mengenakan kostum unik dengan tema budaya adat asli Banyuwangi yang telah dimodifikasi ke dalam bentuk unik, menarik dan tanpa menghilangkan unsur aslinya.

c. Sasaran Promosi dalam Festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*

Sasaran promosi kepariwisataan atau potensi daerah selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak (Yoeti, 1997, h.32). Hal ini senada dengan pernyataan Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan pariwisata yang menyatakan bahwa :

“sasaran promosi melalui *BEC* ini khususnya untuk budaya dan masyarakat. Dengan adanya promosi yang besar-besaran, otomatis rakyatnya akan mendapatkan hasil. Contoh dengan adanya promosi ini, daerah ini akan menjadi semakin terkenal dan daerah ini layak dianggap berinvestasi. Sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata dan investor itu banyak yang masuk ke Kabupaten Banyuwangi, pariwisata tumbuh berkembang, cendera mata berkembang dan tentu saja hunian hotel meningkat, pelaku pariwisata meningkat, dan travel banyak dicari orang, gaet/pemandu wisata juga banyak dicari orang. Dan dengan adanya promosi ini, wisatawan pun ingin berkunjung ke Banyuwangi dan menginap disana dan inilah yang akan meningkatkan hunian hotel dan juga meningkatkan pendapatan restoran. Selain masyarakat, target kita selanjutnya adalah budaya. Kita ingin menaikkan budaya Banyuwangi ke dunia internasional.” (*Wawancara pada hari Rabu tanggal 04/06/2014, pukul 16.00 WIB*).

Hal senada juga diutarakan oleh Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“sasaran promosi ini juga untuk daerah sendiri yaitu membangun citra dan nama baik Kabupaten Banyuwangi agar lebih dikenal khalayak luas. Dengan adanya citra dan nama baik tersebut, maka akan mendorong para investor untuk membangun kepercayaannya terhadap daerah Banyuwangi” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Dapat diketahui bahwa sasaran promosi ini untuk banyak kalangan. Tidak hanya untuk Pemerintah Daerah Kabupaten sendiri, tetapi sasarannya juga untuk masyarakat, para pengusaha hotel maupun investor.

Selain itu sasaran promosi ini khususnya juga untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Erfin selaku Seksi Promosi Wisata dan Budaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, berikut pernyataannya :

“sasaran promosi itu sendiri untuk dinas kami yaitu terlaksana sapa pesona pariwisata dan juga terwujudnya peningkatan arus kunjungan wisatawan di Banyuwangi ini. Selain itu, untuk para birokrat disini juga dengan meningkatnya kreatifitas dan inovasi dalam mempromosikan potensi-potensi yang ada dengan seperti itu akan meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang kompeten di bidang budaya dan pariwisata. Juga terciptanya koordinasi yang baik antar birokrat sehingga kita dapat bahu membahu dalam melaksanakan tugas yang diberikan Bupati berupa kegiatan promosi ini” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas bahwa sasaran promosi tidak hanya ditujukan pada masyarakat saja, melainkan ditujukan pada budaya, Pemerintah Daerah dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga. Sehingga dampak dari promosi dapat dirasakan secara merata baik pada masyarakat, Pemerintah Daerah maupun dinas-dinas yang terkait dalam kegiatan promosi dan juga budaya-budaya adat Banyuwangi semakin dikenal oleh khalayak luas.

Setelah sasaran ditentukan maka akan menghasilkan dampak, dimana dampak dari festival *BEC* tidak hanya untuk pemerintah daerah, namun juga lebih banyak dirasakan oleh masyarakat Banyuwangi, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, berikut pernyataannya:

“Sebelum show time *BEC* pada H-30, para pelaku promosi mengundang tamu baik dari regional maupun nasional. Namun, para tamu tersebut kadang datang lebih awal sebelum show time dimulai yaitu pada H-2. Kesempatan tersebut digunakan pemerintah daerah untuk mempersiapkan UMKM agar menyiapkan pameran dengan tujuan memperlihatkan dan menjual produk-produk asli daerah Kabupaten Banyuwangi. Dampaknya pun terlihat dengan hasil atau laba yang didapat oleh UMKM” (*Wawancara pada hari Rabu tanggal 04/06/2014, pukul 16.00 WIB*).

Hal diatas juga didukung oleh pernyataan Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan

Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“Tak hanya itu, *BEC* ini membawa multiplayer efek diantaranya banyaknya para wisatawan yang tertarik untuk menyaksikan *BEC* dengan berdatangan di Banyuwangi. Tentu saja, hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi para pengusaha hotel untuk memberi penginapan bagi para wisatawan-wisatawan tersebut. Selain itu juga para pengusaha restoran menjadi ramai pengunjung, dan tidak menutup kemungkinan mereka akan semakin menambah jumlah bahan-bahan makanan dengan membelinya di pasar-pasar yang menjadikan penjualan semakin meningkat karena banyaknya penawaran yang ada. Dampak ekonomi pun mulai dirasa oleh para pedagang pasar, pengusaha hotel, maupun pemilik restoran” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa *BEC* membawa dampak yang sangat besar baik bagi pemerintah daerah maupun para pengusaha. Dampak pun dirasakan oleh masyarakat dengan munculnya ekonomi kreatif. Hal diatas senada dengan pernyataan dari Ibu Erfin selaku Seksi Promosi Budaya dan Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, sebagai berikut:

“Moment *BEC* ini sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat baik didalam maupun diluar Banyuwangi. Sebelum show time berlangsung pun, *BEC* dapat memberikan peluang bagi para masyarakat untuk berjualan manik-manik, dan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kostum *BEC*. Bagi peserta yang tidak dapat mendesain kostumnya sendiri, mereka biasanya menggunakan jasa para pengrajin. Dalam hal ini, tentu saja pengrajin juga mendapatkan dampak ekonomi dari adanya *BEC* karena pengrajin tersebut nantinya akan mendapat upah dari peserta yang meminta jasanya. Pada saat show time pun, *BEC* dapat menciptakan ekonomi kreatif untuk masyarakat Banyuwangi diantaranya dengan berjualan makanan dan minuman untuk para

penonton dan juga semakin banyaknya tamu yang berkunjung ke Banyuwangi, kemaren saja saya, Pak Endro dan beberapa staff lainnya menemani tamu sampai jam 12 malam” (*Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB*).

Dari penuturan diatas diketahui bahwa semakin banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun dalam tabel berikut ini:

Tabel 3
Kunjungan Daya Tarik Wisata Kabupaten Banyuwangi
Tahun 2010-2013

Wisatawan	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
Nusantara	654,602	789,101	860,831	1,057,952
Mancanegara	16,977	13,377	5,502	10,462

(*Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*)

Tabel 4
Hunian Hotel Kabupaten Banyuwangi Tahun 2010-2013

Wisatawan	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
Nusantara	304,628	401,968	451,261	496,304
Mancanegara	34,285	42,938	45,280	50,244

(*Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa adanya perubahan yang signifikan antara tahun 2010-2013, tahun 2010 dimana

promosi belum ditransformasi, dan tahun 2013 yang dimulai dalam bentuk Banyuwangi Festival.

2. Faktor yang dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Potensi Daerah Banyuwangi melalui Festival Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) yang meliputi :

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* adalah banyaknya dukungan dari para *stakeholders* sehingga kegiatan festival tidak harus bergantung dengan anggaran APBD yang ada. Hal diatas didukung oleh pernyataan Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan bahwa:

“kita dapat dukungan dari banyaknya *stakeholders* yang mau terlibat, baik dari pihak perbankan, sponsorship, maupun dari SKPD lainnya. (Wawancara pada hari Rabu, tanggal 04/06/2014 pukul 17.03 WIB).

Pernyataan diatas kembali dipertegas oleh Bapak Endro selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi mengenai dukungan yang diberikan oleh pihak sponsor, berikut pernyataannya:

“jika kita kekurangan space untuk memasang baliho yang memuat gambar dan waktu pelaksanaan festival *BEC*, kita biasanya pinjam punyanya telkom dan mereka pun welcome dengan permintaan kita ini. Dan itu menjadi salah satu faktor pendukung kita dalam festival

Banyuwangi Ethno Carnival ini” (Wawancara pada hari Kamis tanggal 05/06/2014, pukul 09.20 WIB).

Faktor pendukung lainnya terjadi karena adanya rasa antusias masyarakat yang besar dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*. Hal ini senada dengan pernyataan Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

“pada saat *BEC*, masyarakat yang rumahnya itu dipinggir jalan protokol yang digunakan *catwalk* oleh *BEC*, otomatis kan pasti akan banyak penonton didepan rumah mereka, dan mereka pun welcome dengan para penonton ini, ada yang ngasih minum ke penonton, dan ada juga yang menyediakan tempat duduk untuk penonton” (*Wawancara pada hari Rabu, tanggal 04/06/2014 pukul 17.03 WIB*).

Dari penuturan diatas, dapat diketahui bahwa faktor pendukung festival *BEC* adalah banyaknya dukungan dari pihak sponsor dan tingginya antusias masyarakat dengan sikap terbuka mereka terhadap para penonton yang menyaksikan festival ini didepan rumah mereka.

b. Faktor Penghambat

Selain adanya faktor yang mendukung, ada pula faktor yang menghambat festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*.

Faktor penghambat dalam kegiatan promosi ini adalah cuaca yang kadang tidak mendukung terlaksananya kegiatan.

Hal ini dipertegas dengan pernyataan Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, berikut pernyataannya :

“yang menjadi penghambat dalam kegiatan promosi ini salah satunya adalah cuaca. Yah, cuacanya bisa berubah kapanpun, kadang tiba-tiba turun hujan yang mengakibatkan kita harus mengulur waktu” (*Wawancara pada hari Rabu, tanggal 04/06/2014 pukul 17.03 WIB*).

Selain cuaca adapula penghambat dari faktor biaya, dimana hal ini juga ditambahkan dengan pernyataan Bapak Bramuda selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, berikut pernyataannya :

“dalam promosi yang kita lakukan melalui festival *BEC* ini, faktor penghambat itu ada juga dari biaya. Karna kan pembuatan kostum *BEC* ini sampai jutaan ya. Dalam hal ini, kita juga memikirkan nasib peserta. Ada sebagian dana yang disubsidi dari pemerintah daerah, sedangkan sisanya ditanggung oleh peserta *BEC* sendiri. Saya berharap ada dari pihak *stakeholders* pendukung terutama pihak sponsor yang menganak angkatkan peserta *BEC* ini, supaya biaya yang dikeluarkan peserta tidak terlalu besar” (*Wawancara pada hari Rabu, tanggal 04/06/2014 pukul 17.03 WIB*).

Faktor penghambat dalam festival *BEC* seringkali dikarenakan faktor cuaca yang kurang mendukung dan tingginya biaya yang harus dikeluarkan peserta *BEC* dalam pembuatan kostum. Harapan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah adanya dari pihak sponsor yang membantu membiayai peserta dalam pembuatan kostum, sehingga biaya yang dikeluarkan peserta tidak terlalu tinggi.

C. Analisis dan Interpretasi Data

1. Birokrasi *Entrepreneur* dalam Mempromosikan Potensi Daerah melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*

- a. Strategi Promosi dalam Festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, dimana menurut Yoeti (2002) yang dikutip oleh Galuh (2012, h.32) langkah-langkah penting yang perlu dilakukan dalam strategi promosi di suatu daerah salah satunya adalah menentukan target promosi dimana hal tersebut ditujukan untuk menetapkan kelayakan promosi yang akan dilakukan terkait dengan bagaimana jenis promosi yang akan digunakan dan berapa besarnya anggaran yang diperlukan. Dalam festival *BEC*, menentukan target promosi berkaitan dengan persiapan sebelum dilaksanakannya festival. Dimana dalam persiapan tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan koordinasi dengan dinas-dinas terkait dan para seniman budayawan untuk menentukan budaya atau seni yang dianggap unik dan layak untuk dijadikan tema dalam festival *BEC*, selain itu mereka juga menentukan berapa anggaran dari APBD yang akan digunakan untuk festival ini. namun, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak ingin hanya mengandalkan dana dari APBD saja. Mereka ingin bekerja diluar APBD mengingat festival *BEC* adalah event yang sangat besar. Untuk itu mereka berinovasi dengan mentransformasi budaya adat asli daerah Banyuwangi ke dalam bentuk unik, modern namun tetap etnis. Dengan tujuan agar

banyak dari pihak-pihak sponsor yang tertarik sehingga akan memberikan dukungan.

Tema budaya yang telah terpilih dalam festival *BEC*, akan dimodifikasi ke dalam bentuk modern namun tetap etnis dengan warna-warna yang sangat menarik. Dimana hal tersebut akan menyenangkan para wisatawan yang menontonnya yang disebut dengan *friendly system*. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya antusias dari masyarakat pada festival *BEC* ini. Dengan banyaknya antusias tersebut, tentu saja festival *BEC* ini dianggap layak untuk diikuti dan ditampilkan. Pada festival *BEC* pun, keaslian dari budaya aslinya dapat dipertanggungjawabkan (*eligible*) dengan menampilkan budaya asli tersebut diawal show time berlangsung. Dan hal ini menjadikan semakin banyaknya para wisatawan yang tertarik untuk menyaksikan *BEC*, baik wisatawan dari luar maupun dalam daerah. Tentu saja jika jumlah wisatawan bertambah, dapat dikatakan bahwa festival *BEC* ini dapat menyedot antusias dari berbagai kalangan dan dapat memuaskan rasa keingintahuan para wisatawan-wisatawan tersebut tentang arti *BEC* yang sebenarnya. Dalam festival *BEC* ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengundang media dari komunitas potografer dengan tujuan agar mereka dapat membantu mengiklankan festival *BEC* tersebut. Gaung *BEC* yang tidak hanya terdengar didalam daerah saja, tentu akan menarik para media baik dari media cetak, dan elektronik

untuk meliputi acara festival ini. Tentu saja hal tersebut menjadi suatu kesempatan untuk promosi budaya adat asli Banyuwangi yang terangkum dalam festival *BEC* ini.

Tidak hanya dari masyarakat saja, antusias pun banyak dari kalangan sponsor dimana mereka banyak memberikan dukungan berupa sarana pada festival *BEC*. Antusias tersebut muncul dikarenakan *BEC* merupakan festival yang dirasa sangat bergengsi dan banyak diminati banyak orang. Sehingga hal tersebut membuat para sponsor tertarik untuk memberikan dukungan pada festival ini. dan tujuan mereka selain membantu memberikan dukungan, mereka juga memanfaatkan festival besar tersebut sebagai ajang promosi untuk produknya sendiri.

Strategi selanjutnya menurut Yoeti (2002) yang dikutip oleh Galuh (2012, h.32) yaitu dengan menentukan desain iklan yaitu dengan tujuan untuk mempersiapkan bentuk-bentuk desain iklan yang akan digunakan termasuk ukuran, produk yang ditonjolkan, atribut yang digunakan dan sebagainya. Di dalam festival *BEC* ini, sebelum hari H dilakukan persiapan-persiapan yang melibatkan banyak *stakeholders* diantaranya dinas-dinas terkait dan juga para seniman budayawan senior dengan tujuan untuk menentukan dan memilih tema budaya adat atau kesenian apa yang akan digunakan sebagai tema dalam festival *BEC*. Setelah tema terpilih, maka diadakanlah audisi peserta dimana para birokrat

dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang menjadi panitia audisinya. Setelah calon peserta *BEC* terpilih, mereka dikarantina selama 3 hari dengan tujuan untuk melatih mereka koreografi dan memberikan *workshop* tentang arti dan penjelasan tema budaya adat yang akan dijadikan tema. Setelah *workshop* dilakukan, para peserta melakukan presentasi kostum yang diperlihatkan didepan panitia yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang dibantu dengan para seniman budayawan senior dengan tujuan bertujuan agar kostum yang dibuat oleh peserta dapat dievaluasi para seniman budayawan sehingga kostum tidak keluar jauh dari tema yang ditentukan. Jadi dengan seperti itu, akan sangat jelas tema budaya adat apa yang ditonjolkan sebagai tema dalam festival *BEC*.

Setelah menentukan desain iklan, strategi selanjutnya menurut Yoeti (2002) yang dikutip oleh Galuh (2012, h.32) adalah dengan membuat material yaitu bentuk-bentuk hand-out yang akan diberikan kepada pejabat-pejabat pariwisata dari luar maupun dalam negeri. Dalam festival *BEC* ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak hanya mengundang tamu dari dalam daerah saja, namun mereka mengundang tamu dari Jawa-Bali diantaranya pejabat-pejabat pemerintahan seperti Menteri, Bupati, Gubernur, dan lain-lain. Undangan tersebut berisi hand-out yang menjelaskan tentang arti festival *BEC* dan bagaimana pelaksanaannya. Dan tentu saja, desain undangan tersebut dibuat sendiri oleh Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata selaku *leader* dari festival *BEC* ini. Pada saat pertama kali diadakannya festival *BEC*, pembuatan hand-out juga diperuntukan untuk para dinas-dinas terkait yang mengikuti rapat sebelum pelaksanaan *BEC*, sehingga mereka benar-benar mengerti maksud dari festival *BEC* ini. Namun, karena *BEC* sudah memasuki tahun keempat, maka hand-out hanya diperuntukkan untuk undangan bagi para tamu yang akan diundang, dikarenakan para dinas-dinas terkait sudah benar-benar mengerti tentang apa itu festival *BEC*.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa, festival *BEC* oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata didukung oleh banyaknya *stakeholders* dari dinas-dinas terkait diantaranya, Dinas perindustrian dan perdagangan yang bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, dimana mereka yang mengadakan dan membuka stan-stan pameran sebelum dan pada saat show time dan pada saat *BEC* berlangsung dengan tujuan menyediakan produk-produk asli Banyuwangi untuk para tamu, masyarakat, maupun wisatawan. Ada juga dari Dinas kebersihan dan pertamanan, mereka yang membersihkan jalan dan lingkungan yang akan menjadi rute *BEC*, kepolisian dan Satpol PP, tugas mereka yaitu sebagai petugas keamanan yang menjaga dan mengatur para penonton agar teratur, tertib dan tidak mengganggu selama acara atau showtime berlangsung, Dinas Kesehatan, tugas

mereka yaitu menyediakan stan-stan kesehatan untuk para peserta dan panitia, Dewan Kesenian Blambangan, tugas mereka yaitu melatih koreografi para peserta *BEC* dan mendesain tata panggung yang akan digunakan pada saat *show time* kegiatan *BEC*, pihak sponsor (Honda, Telkom, Indomart, Bank Jatim, sponsor dari makanan seperti teh pucuk, pocari sweat dan lain-lain), mereka lebih membantu dalam bentuk bahan seperti memberikan sarana dan prasarana seperti tenda, sound system, pagar pembatas, dorprise, kaos, dan ada juga dari pihak media yang membantu memberikan dukungan dimana mereka membantu mengiklankan festival *BEC* ini.

Dukungan dari para *stakeholders* yaitu berupa saran, sarana dan prasarana. Dikarenakan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak mau menerima dukungan dalam bentuk real uang, tetapi mereka hanya menerima dukungan dalam bentuk sarana dan prasarana dari pihak sponsor seperti pagar pembatas, sound system, makanan ringan, minuman, kaos, dorprise-dorprise. Sedangkan *stakeholders* dari dinas-dinas terkait memberikan dukungan berupa tenaga dimana dinas-dinas terkait ini akan menjalankan tugasnya sesuai dengan fungsinya di dalam pemerintahan, contohnya saja seperti Dinas Kebersihan dan Pertamanan, mereka membantu membersihkan sepanjang jalan protokol yang akan dilewati oleh peserta *BEC*, kepolisian dan satpol PP mereka membantu

menertibkan penonton dan mengamankan jalanan agar penonton tidak amburadul dan tetap tertib. Sedangkan dukungan dari seniman budayawan adalah mereka membantu memilihkan tema budaya adat yang akan digunakan untuk pembuatan kostum *BEC*. Mereka juga yang membuat arasemen musik tradisional yang di mix dengan alat musik tradisional dan alat musik elektro. Dukungan dari Dewan Kesenian Blambangan adalah, dimana mereka yang melatih koreografi bagi para peserta *BEC*. Karena pada saat show time, para peserta diharuskan unjuk kebolehan didepan para tamu dan penonton agar penampilan mereka menjadi lebih menarik. Dewan Kesenian Blambangan juga membantu dalam mendekorasi tata panggung di bagian start jalan protokol, dimana tata panggung tersebut juga disesuaikan dengan tema budaya adat yang digunakan dalam festival *BEC*.

Jadi, *stakeholders* yang terlibat dalam festival *BEC* ini berkoordinasi dengan saling bahu membahu, saling membantu, saling dukung satu sama lain untuk kelancaran festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* disetiap tahunnya.

- b.** Bentuk Promosi dalam Festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yaitu dengan periklanan, dimana menurut Wahab dkk, (1988, h.160) periklanan dapat melalui surat kabar harian atau mingguan, majalah dan terbitan berkala lain, radio, TV, gambar-gambar dan poster, pajangan jendela, harian ekonomi. Dalam

mempromosikan potensi daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga menggunakan periklanan diantaranya melalui koran lokal ataupun nasional seperti jawapos, dan untuk majalah diantaranya melalui majalah Tempo, *in-flight magazine* yaitu majalah-majalah yang ada pada pesawat terbang, seperti Garuda Indonesia, Wings, Citizinks, Lion, dan Sriwijaya. Media elektronik dengan menggunakan IT pada smartphone android, melalui K-TV yaitu televisi yang dipasang pada kereta api eksekutif. Festival *BEC* juga dipromosikan melalui periklanan melalui media cetak pada koran lokal ataupun nasional, dan pada majalah-majalah lainnya seperti *in-flight magazine* yaitu majalah-majalah yang ada pada pesawat terbang. Dan ada juga majalah yang memang dibuat khusus *BEC* saja, dimana isi didalam majalah tersebut 60% difokuskan tentang *BEC* dan 40% lainnya memuat potensi-potensi lainnya. *BEC* pun diiklankan melalui baloho-baliho yang dipasang di pinggir-pinggir jalan, dimana blaiho-baliho tersebut berasal dari dukungan dan bantuan dari pihak swasta yaitu PT.Telkom, telkomsel dan Honda. Selain itu, festival *BEC* juga sering disiarkan secara langsung melalui televisi diantaranya JTV dan MetroTV.

Selain periklanan menurut Wahab dkk, (1988, h.160), ada juga pekan-pekan promosi dimana dilaksanakannya promosi di tempat-tempat penjualan, kelompok-kelompok yang diundang

(misalnya mengundang pengusaha agen perjalanan ke tempat-tempat wisata), perayaan-perayaan sosial (misalnya perayaan-perayaan di kedutaan atau pesta-pesta di kedutaan), pekan-pekan film nasional, seminar-seminar, promosi terpadu dengan para perantara, upacara-upacara peresmian (misalnya penerbangan perdana pesawat). Dalam mempromosikan potensi daerahnya, pemerintah daerah mengadakan pameran. Didalam pameran tersebut, para birokrat menjadi *tour gaet* yang akan memandu para tamu untuk menjelaskan apa-apa saja potensi pariwisata yang dimiliki Banyuwangi. Sedangkan bentuk promosi dalam kegiatan *BEC* yang diemban Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah melalui “Banyuwangi Festival”. Dimana dalam kegiatan tersebut dengan mengadakan festival-festival yang berbentuk perayaan atau parade dengan mengundang tamu dari para pejabat dan investor dari dalam maupun luar daerah. Salah satu festival tersebut adalah festival *Banyuwangi Ethno Carnival*, yaitu festival yang berbentuk parade dengan tema budaya adat asli Banyuwangi yang ditransformasi menjadi bentuk yang modern, unik namun tetap etnis. *BEC* juga merupakan wadah pemacu kreatifitas para birokrat dan generasi muda untuk menuangkan gagasan-gagasan unik dan menarik serta memvisualisasi gagasan yang berlatar etnik dan tradisi tersebut ke dalam bentuk dan kemasan artistik yang spektakuler sebagai apresiasi terhadap nilai budaya lokal sehingga

dapat memiliki daya tarik tersendiri dalam meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap budaya lokal maupun sebagai sajian yang sangat menarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi. Para peserta karnaval *BEC* akan mengenakan kostum sesuai tema dengan kreasi dan kreativitas dari setiap kostum yang akan memberikan nuansa dengan menonjolkan warna-warni yang menarik dengan desain yang sangat indah.

Bentuk promosi yang lainnya menurut Wahab dkk, (1988, h.160) yaitu hubungan masyarakat. Dalam pelaksanaannya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan kegiatan hubungan masyarakat dengan *gathering* dan *family trip*, dimana promosi ini adalah kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan dengan cara kontak-kontak pribadi (dengan pengusaha perantara, media massa dan pimpinan-pimpinan masyarakat), mengundang para wartawan untuk berwisata ke objek wisata, dengan memberikan hadiah-hadiah pribadi. Sedangkan *gathering* adalah kegiatan dimana para birokrat pemerintahan yang menggandeng *stakeholder* pariwisata seperti *travel agent*, untuk menjual secara langsung paket-paket wisata kepada daerah lain. Dan kegiatan ini menimbulkan dampak yang cukup signifikan dibandingkan dengan kegiatan pameran.

c. Sasaran Promosi dalam Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (*BEC*) dimana sasaran promosi kepariwisataan atau potensi daerah selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi

rakyat banyak. Bila suatu daerah tujuan wisata industri pariwisatanya berkembang dengan baik dengan sendirinya akan memberikan dampak positif bagi daerah itu, karena itu dapat menciptakan lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat. Alasan kedua pengembangan pariwisata itu lebih banyak bersifat non ekonomis. Wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata salah satu motivasinya adalah untuk menyaksikan dan melihat potensi yang ada di daerah tersebut, contohnya seperti pemandangan alam, kesenian dan budaya serta adat-istiadatnya (Yoeti, 1997, h.32). Sasaran promosi pada festival *BEC* ini tidak hanya untuk masyarakat saja, namun terutama untuk budaya, para pengusaha, SKPD dinas terkait termasuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai *leader* dari terselenggaranya festival ini. Dimana, dengan mengangkat budaya asli sebagai tema pada *BEC*, dimanfaatkan untuk menaikkan budaya asli Banyuwangi ke dunia internasional. Dengan seperti itu, maka budaya asli Banyuwangi akan semakin dikenal oleh masyarakat baik didalam maupun diluar daerah Banyuwangi.

Sasaran untuk masyarakat yaitu untuk menciptakan ekonomi kreatif, sedangkan sasaran untuk daerah yaitu untuk menciptakan *brand image* agar para investor semakin percaya untuk berinvestasi di Banyuwangi. Sasaran untuk para SKPD pun untuk menciptakan kreativitas dan inovasi dalam melakukan

promosi. Sasaran festival *BEC*, memunculkan *multiplier* efek yang juga dirasakan oleh masyarakat, daerah, dan para SKPD terkait. Dampak yang terjadi tidak langsung berbentuk real keuntungan berupa bertambahnya pendapatan daerah, namun dampak tersebut untuk kesejahteraan masyarakat. Dampak yang terjadi pada masyarakat yaitu munculnya ekonomi kreatif. Banyak masyarakat yang berjualan pada saat festival *BEC* diselenggarakan, dengan seperti itu maka akan membantu perekonomian masyarakat tentu saja. Selain itu, adanya dampak pada perubahan dengan bertambahnya wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri yang berkunjung ke Banyuwangi serta bertambahnya hunian hotel. Dampak untuk daerah yaitu menciptakan citra yang baik di mata para wisatawan sehingga para wisatawan akan semakin tertarik untuk selalu mengunjungi Banyuwangi. Dengan adanya citra yang baik tentu saja akan menambah kepercayaan investor untuk selalu berinvestasi terhadap Banyuwangi. Dan dampak untuk para SKPD yaitu dengan munculnya kreativitas dan inovasi untuk promosi yang dilakukan. Sehingga promosi yang dilakukan akan menarik dan diminati banyak wisatawan baik didalam maupun diluar daerah Banyuwangi.

Dari penjelasan diatas dapat dikaitkan dengan 4 prinsip birokrasi *entrepreneur* diantaranya prinsip birokrasi *entrepreneur*

yang kompetitif, dimana para birokrat harus berlomba-lomba dalam menghasilkan ide-ide yang inovatif. Selanjutnya adalah prinsip yang mengatakan bahwa birokrasi *entrepreneur* adalah pemerintahan yang digerakkan oleh misi. Dimana, setiap instansi mensyaratkan pemerintah harus mempunyai misi yang jelas. Yang ketiga adalah pemerintahan wirausaha dimana para birokrat dituntut tidak hanya menghabiskan anggaran saja, namun juga harus berorientasi untuk menghasilkan keuntungan dan uang. Prinsip yang keempat adalah pemerintahan yang berorientasi pasar, dimana para birokrat dapat bekerja sama dengan pihak swasta untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Dari 4 prinsip tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah mengimplementasikannya dan hal ini terlihat dengan adanya pemerintahan yang kompetitif, dimana untuk mempromosikan potensi daerah, mereka dituntut untuk berinovasi salah satunya dengan mentransformasi budaya adat ke dalam bentuk modern, unik dan menarik. Prinsip kedua yaitu pemerintahan yang digerakkan oleh misi, dimana dalam mempromosikan potensi daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggunakan strategi-strategi dengan maksud agar dalam pelaksanaan promosinya tepat sasaran. Prinsip yang ketiga yaitu pemerintahan yang berwirausaha, yang tidak hanya mengandalkan APBD saja. Dalam kegiatan promosi khususnya dalam festival *BEC*, Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata hanya dibantu dengan dana APBD yang tidak terlalu besar. Hal tersebut mendorong mereka untuk mencari tambahan dana diluar APBD tentu saja. Walaupun, dalam prinsip ini mereka tidak menghasilkan anggaran, namun tujuan mereka adalah untuk kesejahteraan masyarakat. Dan hal ini terbukti dengan *multiplayer* efek yang ditimbulkan dari festival *BEC* ini salah satunya yaitu timbulnya ekonomi kreatif di kalangan masyarakat. Namun, dalam festival *BEC*, dirasa hanya menghabiskan banyak anggaran dalam pembuatan kostum yang terbilang sangat mahal bagi para peserta. Dan hal tersebut tidak sesuai dengan salah satu prinsip dalam NPM (*New Public Management*) yang menjadi representatif dalam *Reinventing Government* atau Birokrasi *Entrepreneur*. Dimana dalam salah satu prinsipnya dikatakan adanya penghematan yang lebih tinggi dalam penggunaan sumber daya. Dalam festival *BEC*, penghematan hanya didalam pembiayaan melalui APBD saja, dimana pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi mendapatkan banyak dukungan dari pihak sponsor. Namun, dalam pembuatan kostum *BEC* yang terbilang mahal, para peserta membiayai sendiri dan hal tersebut menjadi pemborosan dalam penggunaan sumber daya.

Dana yang tidak mencukupi dari APBD, mendorong Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk melakukan koordinasi dengan

beberapa dinas-dinas terkait, seniman budayawan senior dan juga para sponsor untuk memberikan dukungan namun tidak berupa dana yaitu berupa saran, sarana dan prasarana. Dan kerja sama ini terlihat dari prinsip keempat birokrasi *entrepreneur* yaitu dimana para birokrat dapat bekerja sama dengan pihak swasta untuk menyelesaikan suatu permasalahannya.

2. Faktor yang dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Potensi Daerah Banyuwangi melalui Festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yang meliputi :

a. Faktor Pendukung

Menurut Muljadi (2009, h.89) faktor-faktor yang mempengaruhi dan mendukung promosi pariwisata salah satunya yaitu *attraction*, yakni segala sesuatu baik itu berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata. Hal ini antara lain meliputi daya tarik keindahan alam, pantai, atraksi wisata budaya, kebiasaan dan cara hidup masyarakat, keunikan alam dan budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang dan sebagainya. Dimana dalam festival *BEC* ini, Banyuwangi menampilkan sebuah bentuk transformasi budaya yang unik, menarik dan tetap etnis. Dan hal tersebut banyak menarik para wisatawan dan para sponsor yang ingin mendukung festival tersebut. Para sponsor

yang melihat peluang dari adanya festival *BEC* ini, memberikan dukungan berupa sarana dan tentu saja dengan adanya dukungan tersebut dapat membantu kelancaran festival *BEC*. Selain itu juga adanya antusias dari masyarakat Banyuwangi terhadap festival *BEC* ini. Dimana mereka banyak yang memberikan bantuan seperti air minum, tempat duduk kepada para penonton yang menyaksikan festival *BEC* didepan rumah mereka.

b. Faktor Penghambat

Menurut Tjipto (1997) yang dikutip oleh Galuh (2012, h.22) mengatakan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi promosi salah satunya yaitu faktor lingkungan salah satunya yaitu faktor geografi. Banyuwangi yang terletak diantara koordinat 7 43 – 8 46 Lintang Selatan dan 113 53 – 114 38 Bujur Timur mengakibatkan Banyuwangi memiliki musim kemarau dan penghujan. Festival *BEC* yang diselenggarakan setiap bulan November, tidak didukung dengan cuaca. Dimana pada bulan bulan Oktober-April Banyuwangi berada pada musim penghujan. Dan kadang, festival ini harus ditunda sampai berjam-jam menunggu hingga hujan reda. Faktor penghambat lainnya menurut Tjipto (1997) yang dikutip oleh Galuh (2012, h.22) adalah analisa kemampuan internal dimana hal ini dapat didasarkan kepada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya keuangan, kekuatan pemasaran dan basis pelanggan yang

dimiliki. Dalam festival *BEC*, faktor penghambat lainnya yaitu pada biaya. Dimana para peserta harus mengeluarkan *budget* hingga jutaan dalam pembuatan kostum *BEC*. Dan tentu saja hal tersebut menjadi salah satu pekerjaan yang harus dipikirkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai *leader* dari festival *BEC* ini.

