

BIROKRASI *ENTREPRENEUR*

DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI DAERAH

**(Studi pada Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* oleh Dinas Kebudayaan
dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya

Disusun Oleh:

Feby Elvira Hefani

NIM. 105030101111138



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK

MALANG

2014

MOTTO

Membelakangi cahaya hanya akan hasilkan bayang, hadaplah
depan maka kau akan melihat terang,

(Ustadz Felix Xiau)

Berprasangka baiklah pada Allah, kerana Dia selalu ada pada
prasangka hambanya,

(H.R Bukhari)

إِنَّمَا غُضِرَ

Seungguhnya bersama setiap kesulitan ada kemudahan.

(QS Al Insyirah: 6)



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Birokrasi Entrepreneur dalam Mempromosikan Potensi
Daerah (Studi pada Festival *Banyuwangi Ethno Carnival*
oleh Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Disusun oleh : Feby Elvira Hefani

NIM : 105030101111138

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

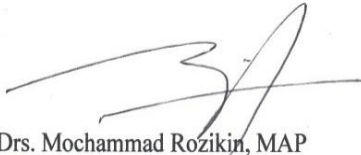
Malang, 14 Agustus 2014

Komisi Pembimbing

Ketua


Dr. Imam Hanafi, M.Si, MS

Anggota



Drs. Mochammad Rozikin, MAP

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 26 Agustus 2014
Jam : 12.00 – 13.00 WIB
Skripsi atas nama : Feby Elvira Hefani
Judul : Birokrasi *Entrepreneur* dalam Mempromosikan Potensi Daerah (Studi pada Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

DAN DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Dr. Imam Hanafi, M.Si, MS
NIP. 19691002 199802 1 001

Anggota



Drs. Mochamad Rozikin, MAP
NIP. 19630503 198802 1 001

Anggota



Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si
NIP. 19690524 200212 2 002

Anggota



Drs. Siswidiyanto, MS
NIP. 19600717 198601 1 002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini terdapat unsur-unsur jiplakan saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 14 Agustus 2014

Mahasiswa



TTD

Nama : Feby Elvira Hefani

NIM : 105030101111138

RINGKASAN

Feby Elvira Hefani. 2014. Birokrasi *Entrepreneur* dalam Mempromosikan Potensi Daerah (Studi pada Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi). Skripsi. 1) Dr. Imam Hanafi, M.Si, MS 2) Drs. M Rozikin, MAP.

Sebelumnya peran organisasi publik dan pegawai pemerintahan lebih diasumsikan untuk melayani masyarakat. Namun sekarang pemerintah daerah diisyaratkan untuk memikirkan input-input dalam rangka memperbesar pendapatan asli daerah (PAD) dengan cara mengoptimalisasikan semua potensi yang dimiliki daerah. Untuk menjawab tantangan tersebut, dibutuhkan birokrasi yang mempunyai jiwa *entrepreneurship*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah Kabupaten Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC).

Penelitian ini dilakukan di daerah Kabupaten Banyuwangi yaitu pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data model interaktif Miles and Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC) yaitu dengan strategi koordinasi, *friendly system* yaitu sistem yang menyenangkan wisatawan dan *eligible* yaitu sesuatu yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan dan sesuai dengan yang diharapkan. Bentuk promosi pada festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC) yaitu melalui periklanan dan melalui kegiatan event yang terangkum dalam *Banyuwangi Festival*. Sasaran festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC) yaitu ditujukan untuk budaya, masyarakat, Pemerintah Daerah dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Faktor pendukung festival *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC) yaitu banyaknya dukungan dari para *stakeholders*. Sedangkan faktor penghambat adalah cuaca yang sering tidak mendukung dan besarnya biaya untuk pembuatan kostum.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dalam kegiatan promosi masih dilakukan oleh dinas-dinas terkait. Untuk itu disarankan agar mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dan melibatkan semua dinas-dinas yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Tingginya biaya dalam pembuatan kostum, disarankan adanya inisiatif dari pihak sponsor untuk membantu peserta dengan membiayai pembuatan kostum.

Kata kunci: *entrepreneur*, promosi, *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC).

SUMMARY

Feby Elvira Hefani. 2014. *Entrepreneur Bureaucracy in Promoting Local Potential (A Study of Banyuwangi Ethno Carnival Festival by The Office of Culture and Tourism of Banyuwangi Distric)*. 1) Dr. Imam Hanafi, M.Si, MS 2) Drs. M Rozikin, MAP.

The rule of public government and sivil servant use to more likely as public servant. However, now Distric Government required to think how to and large real distric income. With way optimalization all potency belong to a distric to answer this challenge its needed bureaucracy that full entrepreneur soul. The objective of research is to describe, to analyze and to interpret entrepreneur bureaucracy in promoting the local potential of Banyuwangi District through Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) Festival.

Research is conducted at Banyuwangi District, respectively at the Office of Culture and Tourism of Banyuwangi Distric. Data collection methods include interview, observation and documentation. Data analysis technique is Miles and Hubberman's interactive model.

Result of research indicates that the promotion of local potential by the Office of Culture and Tourism of Banyuwangi Distric through Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) Festival uses a coordination strategy to produce a system because it is always used to satisfy customers, made accountable and based on expectation. The promotion for the Festival also involves advertisement or special events as a part of the Festival. The target of the Festival is for the development of culture, community, local government, and the Office of Culture and Tourism of Banyuwangi Distric. The impact or multiplier effect of the Festival must be perceived by all targets. Factors supporting the promotion of the Festival may include the support from stakeholders and also the enthusiasm of people in Banyuwangi District. The constraining factors are bad weather that disturbs the event and expensive cost for festival costum.

It may be suggested that related agencies shall promote Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) Festival more intensively. Public and all officials in Banyuwangi Distric must be involved to share the seemingly heavy workload of the Office of Culture and Tourism of Banyuwangi Distric. High cost paid by festival participants for their costume can be reduced through sponsorship to restraint against excessive expense.

Keywords: entrepreneur, promotion, Banyuwangi Ethno Carnival Festival (BEC)

Kupersembahkan karya ini untuk:

Ibu Siti Hernawati tercinta, seorang Ibu dan juga Ayah terbaik dan terhebat dalam hidupku, seorang wanita tangguh yang mampu bertahan dalam keadaan apapun dan selalu memberikan kebahagiaan dan kasih sayang untuk anaknya..

Ibu Siti Hartini, seorang tante dan juga Ibu yang disiplin dalam mendidik dan tak pernah lelah untuk memberikan semangat dan nasehat-nasehatnya..

Fraga, Andin, Sani, dan Zaki, adik-adikku yang selalu memberikan semangat dengan membawa tawa dalam setiap penat dan lelah...

dan

Sahabat seperjuangan dan mbul”ku FIA Publik 2010, Mutiya, Aulia,

Hida dan Sukma..

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Birokrasi *Entrepreneur* dalam Mempromosikan Potensi Daerah (Studi pada Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)”**.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir yang dimaksudkan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS Selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. Bapak Dr. Chairul Saleh, M.Si Selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik Universitas Brawijaya
3. Ibu Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si Selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya

4. Bapak Dr. Imam Hanafi, M.Si, MS selaku dosen pembimbing pertama, terima kasih atas waktu, perhatian dan segala bimbingan serta arahnya selama penulisan skripsi ini
5. Bapak Drs. Mochamad Rozikin, MAP selaku dosen pembimbing kedua, terimakasih telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, terima kasih atas waktu dan semua saran-saran yang memberi semangat penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan
6. Kepala Dinas dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, Bapak Bramuda, S.sos,MBA,MM selaku narasumber, terima kasih atas kesediaan waktunya memberikan data-data dan informasi yang penulis butuhkan.
7. Kepala Bidang Pemasaran Bapak Drs. Endro Dwi R, Msi dan Kepala Seksi Promosi Budaya dan Wisata Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Ibu Dra. Ec. Erfin Agustina, Seniman Budayawan senior Bapak Hasnan Singodimayan selaku narasumber, terima kasih atas kesediaan waktu, kerja sama dan obrolannya dalam memberikan informasi pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orangtua ku tercinta, Bapak Husaini dan Ibunda Siti Hernawati atas segala kasih sayang, doa, semangat dan nasehat yang luar biasa dan tak ada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, khususnya kepada Ibunda tercinta Siti Hernawati yang selama ini bekerja keras sendiri untuk membiayai pendidikan penulis. Untuk adik-adikku Andin dan Fraga yang telah memberikan semangat pada penulis.

9. Kepada tante sekaligus emakku tersayang yang cantik, Siti Hartini atas segala kasih sayang, nasehat, saran dan semangat sehingga penulis menjadi bersemangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

10. Kepada teman-teman kostku yang ku anggap sebagai kakakku, Mbak atis, terima kasih atas saran dan semangatnya, dan terima kasih pada adik kostku Dear yang selalu memberi bantuan ngenet gratis, Olid yang selalu menghibur dengan sikap kocaknya, si kembar Dina Dini yang selalu memberi bantuan nganter penulis ke perpustakaan dan Aginta yang lemot tapi baik hati. Penulis bangga mempunyai teman seperti kalian

11. Kepada sahabatku para mbull, Mutiya, Aulia, Hida dan Sukma yang telah menemani dan berbagi suka duka selama menempuh perkuliahan di FIA, terima kasih atas canda tawa yang selalu menghibur dan semua saran, sehingga penulis menjadi semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun sehingga dapat menjadi bekal dan motivasi untuk berkarya di masa yang akan datang.

Malang, 14 Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Administrasi Pembangunan dalam Administrasi Publik	
1. Administrasi Publik.....	17
a. Definisi Administrasi Publik.....	17
b. Paradigma Administrasi Publik.....	19
2. Administrasi Pembangunan.....	23
a. Definisi Administrasi Pembangunan.....	23
B. Pembangunan Daerah Berbasis Pengembangan Ekonomi Lokal	
1. Pembangunan Daerah.....	24

a. Definisi Pembangunan Daerah	24
2. Pengembangan Ekonomi Lokal	26
a. Definisi Pengembangan Ekonomi Lokal	26
b. Tujuan Pengembangan Ekonomi Lokal	27
C. Birokrasi <i>Entrepreneur</i> dalam Pengembangan Potensi Daerah	
1. Pengembangan Potensi Daerah berbasis Pariwisata	29
a. Definisi Pariwisata	29
b. Pengembangan Pariwisata	30
c. Upaya Pengembangan Pariwisata	33
2. Birokrasi <i>Entrepreneur</i>	35
a. Definisi Birokrasi	35
b. Konsep Birokrasi	36
c. Definisi Birokrasi <i>Entrepreneur</i>	37
d. Prinsip Birokrasi <i>Entrepreneur</i>	39
D. Promosi dalam Pemasaran Pariwisata	
1. Promosi dalam Pemasaran	44
a. Definisi Pemasaran	44
b. Definisi Promosi	45
c. Strategi Promosi	46
d. Bentuk Promosi	47
2. Promosi Pariwisata	49
a. Definisi Promosi Pariwisata	49
b. Tujuan Promosi Pariwisata	50
c. Sasaran Promosi Pariwisata	51
E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi	52

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	55
B. Fokus Penelitian	56
C. Lokasi dan Situs Penelitian	57

D. Sumber Data.....	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60
F. Instrumen Penelitian.....	63
G. Metode Analisis Data.....	64
H. Keabsahan Data.....	67

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian	
1. Gambaran Umum Kabupaten Banyuwangi	69
a. Sejarah Kabupaten Banyuwangi	69
b. Asal Usul Nama Banyuwangi	71
c. Kondisi Geografi.....	73
d. Kondisi Geologi.....	74
e. Kondisi Demografi dan Sosiologi	75
f. Kondisi Perekonomian.....	77
g. Peta Pariwisata.....	79
2. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.....	83
a. Gambaran Umum.....	83
b. Visi dan Misi.....	84
c. Struktur Organisasi	86
d. Tugas Pokok dan Fungsi.....	87
e. Komposisi dan Jumlah Pegawai	93
f. Identifikasi Permasalahan Berdasarkan Tugas dan Fungsi.....	94
g. Program Kerja dan Kegiatan.....	96
B. Penyajian Data Fokus Penelitian	
1. Birokrasi <i>Entrepreneur</i> dalam Mempromosikan Potensi Daerah melalui Festival <i>Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)</i>	
a. Strategi Promosi dalam Festival <i>BEC</i>	121
b. Bentuk Promosi dalam Festival <i>BEC</i>	144
c. Sasaran Promosi dalam Festival <i>BEC</i>	159

2. Faktor yang Dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Potensi Daerah melalui Festival <i>Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)</i>	
a. Faktor Pendukung	164
b. Faktor Penghambat	165
C. Analisis dan Interpretasi Data	
1. Birokrasi <i>Entrepreneur</i> dalam Mempromosikan Potensi Daerah melalui Festival <i>Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)</i>	
a. Strategi Promosi dalam Festival <i>BEC</i>	167
b. Bentuk Promosi dalam Festival <i>BEC</i>	173
c. Sasaran Promosi dalam Festival <i>BEC</i>	176
2. Faktor yang Dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Potensi Daerah melalui Festival <i>Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)</i>	
a. Faktor Pendukung	181
b. Faktor Penghambat	182

BAB V

A. Kesimpulan	184
B. Saran	188

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi Penduduk Akhir Tahun Menurut Kecamatan Tahun 2011	75
2.	Jumlah Pegawai Sesuai Jenjang Jabatan	93
3.	Laporan Kunjungan Daya Tarik Wisata Tahun 2010-2013	163
4.	Laporan Hunian Hotel Tahun 2010-2013	163



DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Analisis data Miles dan Hubberman	67
2.	Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Banyuwangi	78
3.	Peta Pariwisata Kabupaten Banyuwangi	79
4.	Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	86
5.	Foto Kesenian Gandrung	99
6.	Foto Modifikasi Kesenian Gandrung	100
7.	Foto Kesenian Damarwulan	103
8.	Foto Modifikasi Kesenian Damarwulan	103
9.	Foto Kesenian Kandangan	106
10.	Foto Modifikasi Kesenian Kandangan	107
11.	Foto Kesenian Barong	109
12.	Foto Modifikasi Kesenian Barong	110
13.	Foto Budaya Adat Kebo-Keboan	112
14.	Foto Modifikasi Kebo-Keboan	113
15.	Foto Tarian Ritual adat Seblang	115
16.	Foto Sosialisasi sebelum Pelaksanaan <i>BEC</i>	127
17.	Foto Pembuatan Undangan untuk Para Tamu	128
18.	Foto Undangan <i>BEC</i>	128

19.	Foto Audisi Calon Peserta <i>BEC</i>	129
20.	Foto Interview Calon Peserta <i>BEC</i>	129
21.	Foto Karantina Calon Peserta <i>BEC</i>	131
22.	Foto Latihan Koreografi Peserta <i>BEC</i>	131
23.	Foto Latihan Arasemen Musik	132
24.	Foto Seniman Budayawan yang hadir dalam kegiatan karantina	132
25.	Foto Presentasi Kostum <i>BEC</i>	133
26.	Foto Dinas Kebersihan dan Pertamanan yang membersihkan jalan protokol <i>BEC</i>	136
27.	Foto Kepolisian yang berjaga disepanjang jalan protokol	137
28.	Foto Para Potografer yang bersiap menunggu peserta <i>BEC</i>	138
29.	Foto Penampilan Asli Kesenian Gandrung	143
30.	Foto Kirab Modifikasi Kesenian Gandrung	144
31.	Foto Pertunjukan Tarian dari Banyuwangi pada saat kegiatan <i>Gathering</i>	146
32.	Foto Pertemuan antar <i>Stakeholder</i> pada saat kegiatan <i>Gathering</i>	147
33.	Foto Kegiatan Pameran	148

34.	Foto Kegiatan <i>Family Trip</i>	150
35.	Foto Jadwal Banyuwangi Festival	151
36.	Foto <i>In-flight Magazine</i> yang memuat artikel <i>BEC</i>	155
37.	Foto Majalah khusus <i>BEC</i>	155
38.	Foto Baliho Kegiatan Festival <i>BEC</i>	156
39.	Foto Budaya Adat asli Kebo-Keboan	157
40.	Foto Modifikasi Budaya Kebo-keboan yang dikemas dalam <i>BEC</i>	158
41.	Foto Parade Kegiatan Festival <i>BEC</i>	158



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah mendasari pelaksanaan otonomi daerah, diartikan sebagai kewenangan daerah otonom untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri, dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, yang mengatur daerah pada penggalian sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berdasarkan kedua Undang-undang tersebut menimbulkan salah satu konsekuensi dari pelaksanaan otonomi daerah ini adalah dituntutnya daerah untuk membiayai kegiatan pembangunannya melalui pemanfaatan sumberdaya yang ada (Sjamsuddin, 2006, h.113). Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu menggali sumber-sumber penerimaan yang ada guna meningkatkan PAD yang merupakan salah satu sumber pembiayaan pembangunan

Kebijakan pembangunan pada dasarnya merupakan keputusan atau tindakan yang ditetapkan oleh pejabat pemerintah berwenang atau pengambil keputusan publik guna mewujudkan suatu kondisi pembangunan atau masyarakat yang diinginkan, baik pada saat sekarang maupun pada periode masa yang akan datang. Sasaran akhir dari kebijakan pembangunan tersebut adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat. Sama halnya dengan tingkat nasional, kebijakan pembangunan juga diperlukan pada

tingkat regional (wilayah). Kebijakan pada tingkat wilayah diperlukan karena kondisi, permasalahan dan potensi pembangunan yang dimiliki oleh suatu wilayah umumnya berbeda satu sama lainnya sehingga kebijakan yang diperlukan juga tidak sama (Sjafrizal, 2008, h.154).

Pembangunan yang difokuskan pada pengembangan wilayah harus menjadi suatu upaya untuk menumbuhkan perekonomian wilayah dan lokal. Sehingga wilayah dapat tumbuh dan berkembang secara mandiri dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Menurut Oktaviani dan Sardjito (2012, h.2) pengembangan wilayah yang berbasis pada sumber daya lokal adalah pengembangan wilayah yang menggunakan pendekatan ekonomi lokal atau yang biasa disebut Pengembangan Ekonomi Lokal (*Local Economic Development*), yaitu proses dimana pemerintah lokal dan organisasi masyarakat terlibat untuk mendorong, merangsang, memelihara, aktivitas usaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan

Menurut J Blakely (1994) yang dikutip oleh Oktaviani dan Sardjito (2012, h.3), pengembangan wilayah dilihat sebagai upaya pemerintah daerah bersama masyarakat dalam membangun kesempatan-kesempatan ekonomi yang cocok dengan SDM, dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya alam dan kelembagaan secara lokal. Dimana pengembangan ekonomi berbasis lokal pada dasarnya adalah proses dimana pemerintah daerah dalam mengelola sumber daya yang dimiliki daerahnya mengadakan kerjasama dengan pihak swasta dengan tujuan untuk menciptakan lapangan kerja baru dan merangsang kegiatan ekonomi.

Pengembangan potensi daerah menuntut pemerintah daerah saat ini untuk melakukan pembaharuan diberbagai sektor sebagai suatu langkah untuk mengatasi tuntutan masyarakat yang semakin kompleks. Inovasi menjadi suatu keharusan yang mesti dilakukan agar keberadaan pemerintah menjadi bermakna di mata rakyatnya. Inovasi adalah *the specific tool of entrepreneurs that is utilised to exploit change as an opportunity for a different business or a different service*. Dengan demikian inovasi dapat dimaknai sebagai suatu proses menciptakan sesuatu yang baru yang memberikan nilai signifikan bagi individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat (Sjamsuddin, 2006, h.21). Jadi, pengembangan potensi daerah juga menuntut adanya pengembangan aparatur lembaga pemerintahan sehingga aparatur dapat berinovasi dalam rangka mengembangkan potensi daerah.

Pengembangan aparatur lembaga pemerintahan atau organisasi publik membutuhkan pendekatan yang terpadu dan dapat membutuhkan waktu yang sangat lama, karena berbagai faktor yang kompleks yang melatarbelakangi aparatur pemerintahan, baik dari segi nilai, kualifikasi maupun lingkungan yang melingkupi. Konsekuensi dari responsivitas yang kurang memadai adalah ketertinggalan lembaga publik, termasuk lembaga-lembaga pemerintahan dari percepatan-percepatan di berbagai bidang, termasuk industri, perdagangan dan investasi yang justru merupakan inti dari tugas pemerintahan baru.

Dahulu peran organisasi publik dan pegawai pemerintahan lebih diasumsikan untuk melayani masyarakat (*public service*), dengan sedikit meninggalkan orientasi input. Namun sekarang pemerintah daerah disyaratkan

untuk memikirkan input-input dalam rangka memperbesar pendapatan asli daerah (PAD) dengan cara mengoptimalkan semua sumber daya alam, lingkungan, teknologi dan sumber daya manusia yang ada. Untuk menjawab berbagai tantangan yang muncul sebagai konsekuensi pelaksanaan otonomi daerah, dibutuhkan, birokrasi yang mempunyai jiwa *entrepreneur* (Winarno, 2004, h.9).

Sebagaimana David Osborne dan Ted Gaebler dalam buku *Reinventing Government* mengatakan pemerintahan di era yang akan datang dituntut untuk mengevaluasi dan mengembangkan metode kerja dan cara kerja yang efisien sekaligus memerlukan seorang *public service* yang memiliki jiwa *entrepreneur*, bukan hanya menghabiskan anggaran fiskal yang ada. Istilah birokrasi *entrepreneur* atau *reinventing government* dikenal karena adanya perubahan paradigma pada administrasi publik (Said, 1996, h.6). Masa ini terjadi pada masa 1970 dimana administrasi negara telah berkembang menjadi ilmu administrasi negara yang merambah ke teori organisasi, ilmu kebijakan (*policy science*), dan ekonomi politik

Jiwa *entrepreneurship* adalah jiwa di mana individu atau kelompok dalam organisasi dapat mengelola sumber-sumber yang berupa kesempatan, tantangan menjadi hasil. Menurut Said (1996, h.4), *entrepreneurship* adalah kemampuan yang kuat untuk berkarya dengan semangat kemandirian termasuk keberanian untuk mengambil resiko usaha dan meminimalisasi resiko tersebut menjadi keuntungan. John G. Burch menterjemahkan *entrepreneurship* sebagai aktifitas seorang wiraswasta, diambil dari istilah dalam bahasa Prancis, *entrepreneire* yang

berarti mengambil peran, mengambil suatu kesempatan, memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi

Pada saat ini, *entrepreneurship* menjadi kebutuhan bagi para personel, dikarenakan hampir semua jenis organisasi besar berhubungan dengan pengelolaan input menjadi output organisasi yang diselenggarakan dengan menggunakan prinsip-prinsip organisasi, efektifitas dan produktifitas. Beberapa asas *entrepreneurship* antara lain kemampuan berfikir dan bertindak kreatif dan inovatif, bekerja secara teliti, tekun dan produktif. Jiwa-jiwa inilah yang dapat mengantarkan individu ke dalam pengambilan peran dalam berkarya dan mengendalikan sumber-sumber yang dimilikinya (*resources*) ke dalam proses yang produktif. Dulu, jiwa *entrepreneurship* ini lebih banyak dibutuhkan oleh kalangan pengusaha atau bisnisman, dan tidak untuk organisasi dan pegawai publik seperti pegawai pemerintahan. Namun dalam perkembangan yang sekarang ini sektor pemerintahan (seharusnya) juga mengambil peran aktif dalam pengelolaan bidang-bidang bisnis baik secara langsung maupun melalui kerja sama mereka dengan para pengusaha (Said, 1996, h.5). Dan bahkan adalah sebuah tugas bagi para lembaga pemerintahan atau birokrat yang negaranya mempunyai sumber daya alam yang melimpah agar dioptimalisasikan secara efisien untuk kemakmuran masyarakat.

Di Indonesia, baru beberapa Provinsi/kabupaten/kota yang menerapkan sistem birokrasi *entrepreneur* salah satunya yaitu Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut dilakukan agar birokrasi tidak hanya bekerja dengan mengandalkan anggaran APBD saja, akan tetapi para birokrat diberdayakan untuk harus berpikir

entrepreneur agar dapat menghasilkan anggaran. Untuk itu, para birokrat dituntut berpikir “*out of the box*” dan berinovasi dengan memanfaatkan potensi sekitar yang ada sebagai peluang untuk mempromosikan potensi daerah.

Contoh provinsi yang mengimplementasikan birokrasi *entrepreneur* juga yaitu provinsi Gorontalo. Sjamsuddin (2006, h.32) berpendapat bahwa kekuatan ekonomi Gorontalo terletak pada dua sektor yaitu pertanian dan perikanan. Pengembangan pertanian difokuskan pada budidaya Jagung karena merupakan tanaman yang secara tradisional sudah dikenal dan dibudidayakan. *Maize economy* adalah inovasi yang dilakukan oleh pemerintah Gorontalo. Melalui *maize economy* dibangun *interlinkage* antara sektor hulu dan hilir untuk mengembangkan nilai tambah komoditas jagung.

Pembangunan yang dilakukan pada setiap daerah berbeda-beda dikarenakan pembangunan daerah harus fokus pada keunggulan daerahnya masing-masing. Gorontalo adalah salah satu contoh provinsi yang menggunakan potensi lokal dalam sektor pertanian dan perikanan sebagai upaya untuk meningkatkan pembangunan ekonominya, hal tersebut dikarenakan oleh karakteristik geografis dan alam yang terdapat di Gorontalo. Selain pengembangan pertanian dan perikanan, di Indonesia juga terdapat pengembangan pada sektor pariwisata. Menurut Yoeti (1997, h.6), pariwisata memberikan dukungan ekonomi yang kuat terhadap suatu wilayah. Industri ini dapat menghasilkan pendapatan besar bagi ekonomi lokal. Wisata ekologi memfokuskan pada pemanfaatan lingkungan. Kawasan wisata ekologi merupakan

wilayah luas dengan habitat yang masih asli yang dapat memberikan landasan bagi terbentuknya wisata ekologi. Wisata budaya merupakan segmen yang berkembang cepat dari industri pariwisata. Karakter dan pesona dari desa/kota kecil adalah faktor utama dalam menarik turis.

Sebagai contoh adalah Kota Batu yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan Kota Wisata Batu (KWB). Wilayah Kota Batu merupakan wilayah yang memiliki panorama yang indah dan sejuk sehingga berpotensi sebagai daerah wisata. Kota yang banyak memiliki potensi wisatanya ini, melibatkan masyarakat dalam membangun daerahnya melalui pembentukan desa wisata. Menurut Muhammad (2013), lahirnya desa wisata merupakan program khusus untuk menjadikan potensi pertanian kota Batu sebagai salah satu obyek wisata. Program Desa Wisata dimaksudkan untuk memaksimalkan potensi wisata yang ada di Desa sekaligus pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar. Salah satu promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mendongkrak desa wisata yaitu dengan menggelar wisata bertajuk *Batu Travel Mart* atau *BTM*, yaitu sebuah ajang untuk mempertemukan para pelaku industri wisata atau seller dengan pemilik agen perjalanan wisata atau buyer guna terjalinnya kerjasama antar kedua pihak di bidang pariwisata.

Keberhasilan Provinsi Gorontalo dan Kota Batu tidak terlepas dari promosi yang dilakukan Pemerintah setempatnya. Hermawan (2012, h.38) berpendapat promosi sebagai kegiatan yang merupakan salah satu komponen prioritas penting dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang

akan menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Banyak yang mengatakan bahwa kegiatan promosi identik dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Namun dana bukanlah segala-galanya. Dana yang terbatas dapat diatasi dengan inovasi yang lebih cerdas dan tepat

Banyuwangi adalah salah satu kabupaten yang penuh dengan potensi pariwisata seperti Kota Batu. Di Banyuwangi banyak tempat-tempat wisata baik wisata alam, wisata budaya dan wisata religi. Wisata budaya dibuktikan dengan keanekaragaman seni dan budaya, serta adat tradisi yang dimiliki Banyuwangi. Salah satu kesenian khas Banyuwangi adalah Tarian Gandrung , yaitu tarian khas untuk menyambut para tamu. Tarian ini telah dijadikan maskot pariwisata Banyuwangi. Oleh karna itu, tidak berlebihan jika Banyuwangi disebut sebagai *"The Sunrise of Java"* (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi). Selain itu, Banyuwangi adalah kabupaten yang memiliki letak sangat strategis dikarenakan daerah tersebut dikelilingi pantai dan juga hutan, dan yang paling diketahui bahwa Banyuwangi berdekatan dengan Pulau Bali. Untuk mencapai Pulau Bali dengan jalur darat, para wisatawan haruslah melewati Banyuwangi dan menyebrang dengan menggunakan kapal ferri di pelabuhan ketapang. Namun, jauh hari sebelumnya pemerintah Banyuwangi kurang memanfaatkan letak strategis tersebut untuk melakukan promosi potensi daerah yang ada. Pemerintah hanya melakukan promosi dalam pekan-pekan pameran yang dirasa kurang memberikan dampak yang signifikan.

Menyadari banyaknya potensi daerah yang harus dikembangkan dan dipromosikan untuk mendongkrak pariwisata, pemerintah Banyuwangi dibawah

kepemimpinan Bupati baru yaitu H. Abdullah Azwar Anas melakukan kegiatan *inovatif* dalam rangka mempromosikan potensi daerah yang ada. Pihak pemerintah daerah Banyuwangi berinisiatif menggunakan kesempatan letak strategis Banyuwangi dengan Bali untuk mempromosikan potensi daerah yang ada di Banyuwangi. Jadi, para wisatawan pun dimanfaatkan tidak hanya sekedar “numpang lewat” saja. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, juga bekerja sama dengan beberapa provider telepon seluler untuk promosi. Kerja sama tersebut memungkinkan setiap wisatawan akan mendapat ucapan selamat datang ketika masuk wilayah Kabupaten Banyuwangi. Isi pesan melalui ponsel tersebut berisi lokasi dan peta wisata serta berbagai informasi di dalamnya. Dengan begitu akan sangat memudahkan wisatawan untuk datang dan menikmati fasilitas dan informasi yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan penuturan dari Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, pemerintah pun sering mengundang para wartawan dan pihak media massa untuk berkunjung di Kabupaten Banyuwangi. Mereka mengajak para tamuya tersebut untuk berkeliling di Kabupaten Banyuwangi dengan menunjukkan tempat-tempat wisata, budaya serta adat istiadat yang ada disana. Hal tersebut adalah salah satu kegiatan promosi juga, dikarenakan bukan tidak mungkin jika para wartawan dan media massa tersebut ingin menuliskan tentang potensi-potensi yang ada di Banyuwangi dan memuatnya dalam media massa seperti majalah, internet dan televisi. Dengan seperti itu, maka akan sangat memungkinkan sekali untuk Kabupaten Banyuwangi dapat dikenal oleh khalayak luas. Tak hanya itu saja, kegiatan-kegiatan event yang

terangkum dalam “Banyuwangi Festival” pun merupakan usaha promosi yang dilakukan Pemerintah Daerah Banyuwangi yang selalu menjadi agenda rutin. Hal itu sesuai dengan tekad Pemerintah Daerah Banyuwangi untuk mendatangkan wisatawan sebanyak mungkin. Banyuwangi festival merupakan event-event yang dilakukan dengan mengangkat seni budaya, adat istiadat serta tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Dan “Banyuwangi Festival” ini dimanajemen oleh Satuan Kerja Pegawai Daerah (SKPD) melalui dinas-dinas yang terkait, diantaranya Dinas Pendidikan, Dinas Pemuda dan Olahraga, Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Pertambangan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informasi, Dinas Koperasi, dan Bagian Kesejahteraan Masyarakat.

Salah satu, kegiatan event yang sangat dikenal dan banyak diminati masyarakat adalah *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, yaitu 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. *BEC* merupakan bentuk dari transformasi budaya adat Banyuwangi yang dikemas dalam bentuk yang lebih kreatif tanpa merubah seni tradisi yang ada dalam masyarakat Banyuwangi.

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.

Gaung *BEC* pun tidak hanya terasa di Kabupaten Banyuwangi, tetapi juga terdengar di luar daerah di seluruh Indonesia, bahkan hingga Luar Negeri. Karnaval disepanjang jalan protokol Kabupaten Banyuwangi itu mampu menyedot antusias ribuan penonton tidak hanya dari Banyuwangi saja, bahkan warga dari luar Banyuwangi dan para wisatawan lainnya. Multiplayer efek yang ditimbulkan juga luar biasa besar, karena *BEC* mampu menjadi pemicu munculnya kegiatan ekonomi kreatif di kalangan masyarakat. *BEC* pun di manajemen oleh para birokrat Kabupaten Banyuwangi sendiri, dan dinas yang bertanggung jawab atas terlaksananya kegiatan ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dikarenakan *BEC* merupakan bagian dari tupoksi (tugas pokok dan fungsi) yang diberikan Bupati Banyuwangi kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Dimana mulai dari perencanaan, pelaksanaan sampai *finishing*, para birokrat berperan aktif dalam *BEC* khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang dibantu oleh seniman dan budayawan serta pihak sponsor yang memberikan bantuan dan dukungan berupa fasilitas. (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi). Tujuan dari itu adalah untuk menciptakan birokrasi yang *enterpreunership*. Dimana para birokrat dituntut untuk berpikir kreatif, *out of the box*, dan dapat menjalin *relation* yang baik dengan para pengusaha.

Salah satu alasan mengapa birokrasi yang *entrepreneurship* ini dilakukan karna adanya permasalahan masih terbatasnya tingkat pemasaran atau promosi yang dilakukan. Kurang efektifnya strategi-strategi dalam melakukan promosi, bentuk promosi yang kurang menarik juga sasaran promosi yang masih kurang tepat. Dimana promosi yang dilakukan sebelum adanya inovasi, tidak begitu memberikan dampak yang signifikan terhadap kemajuan pariwisata dan potensi-potensi yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Maka, untuk mengetahui bagaimana pengaplikasian *entrepreneurship* yang dilakukan para birokrat Kabupaten Banyuwangi dalam mempromosikan potensi daerah melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* dan juga faktor-faktor yang mempengaruhinya, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian penelitian pada Pemerintah Kabupaten Banyuwangi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai tempat penelitian dan akan melakukan penelitian dengan judul **“Birokrasi *Entrepreneur* dalam Mempromosikan Potensi Daerah (Studi pada Festival *Banyuwangi Ethno Carnival* oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).**

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah pada suatu penelitian adalah untuk memudahkan dalam menganalisis dan mengevaluasi masalah serta agar dapat lebih terarah dan jelas sehingga dapat diperoleh langkah-langkah pemecahan yang efektif. Adapun perumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah Kabupaten Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*?
2. Apakah yang menjadi faktor pendukung dan penghambat birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah Kabupaten Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendiskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah Kabupaten Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*.
2. Untuk mendiskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan faktor pendukung dan penghambat birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah Kabupaten Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dapat melatih dan meningkatkan kemampuan dalam menganalisis birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah Kabupaten Banyuwangi dengan menggunakan beberapa teori yang didapatkan di perkuliahan. Diharapkan dari penelitian ini, pada masa yang akan datang dapat disempurnakan dan dapat dijadikan sebagai referensi dan masukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mempunyai tema yang sama atau hampir sama dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan positif sebagai bahan pertimbangan Pemerintah Daerah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam menjalankan birokrasi *entrepreneur* untuk mempromosikan potensi daerah melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*. Dengan demikian hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi dalam membuat kebijakan untuk kemajuan daerah.

E. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun laporan penelitian ini, penulis membagi laporan penelitian menjadi 5 (lima) bab yang terdiri atas :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah sebagai fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang ditinjau dari sudut akademis maupun dari sudut praktis, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dikemukakan teori-teori yang relevan dengan pokok permasalahan sehingga dapat mendukung dalam menganalisa dan menginterpretasikan data mengenai birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai metodologi penelitian yang meliputi metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan (analisis) data, situs penelitian dan proses penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan hasil analisis mendalam terhadap data sekunder dan primer yang diperoleh dalam penelitian mengenai birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* dengan menggunakan teori-teori yang terkait sebagai alat untuk menganalisis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan terhadap pembahasan permasalahan disertai rekomendasi-rekomendasi yang dapat dijadikan bahan masukan bagi Pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Administrasi Pembangunan dalam Administrasi Publik

1. Administrasi Publik

a. Definisi Administrasi Publik

Definisi yang paling awal tentang administrasi publik adalah definisi yang disampaikan Woodrow Wilson:

“....as the detailed and system of public law....”

Definisi yang diusulkan Woodrow Wilson amat menekankan sisi politis dan formal administrasi publik. Berdasarkan pandangan di atas, administrasi publik adalah proses operasionalisasi keputusan politik. Dengan demikian Wilson memisahkan wilayah politik dengan wilayah administrasi (Tjiptoherijanto dan Mandala, 2010, h.111)

White (1967) dalam Tjiptoherijanto dan Mandala (2010, h.112) mendefinisikan administrasi publik sebagai berikut:

“Define in broadest terms, public administration consist of all those operation having for their purpose the fulfillment or enforcement of public policy... A system of public administration is the composite of all the laws, regulations, practices, relationships, codes, and customs that prevail at any time in any jurisdiction for fulfillment or execution of public policy”.

White membedakan antara administrasi dengan sistem administrasi publik. Tentang administrasi publik White memiliki kesamaan dengan Wilson, yaitu administrasi adalah operasionalisasi

kebijakan publik ataupun keputusan politik. Sedangkan tentang sistem administrasi publik White menyatakan sebagai organisasi dan manajemen administrasi publik yang merupakan kristalisasi secara formal, pengalaman-pengalaman hidup bermasyarakat.

Corson dan Harris (1963) dalam Tjiptoherijanto dan Mandala (2010, h.111-112) menyusun definisi administrasi publik dalam versi sederhana dan versi lengkap. Dalam versi sederhana,

“Public administration is the means by which an objective are implemented”

Dalam versi lengkap,

“Public administration is decision making, planning the work to be done, formulating objectives and goals, working with legislature and citizen organization to gain public support and funds for government programs, establishing and revising organization, directing and supervising employees, providing leadership, communicating and receiving communication, determining work methods and procedures, appraising performance, exercising controls, and other function performed by government executive and supervisor.”

Dalam definisi yang sederhana Corson dan Harris menemukan substansi administrasi publik, sedangkan dalam definisi yang lengkap, mereka menekankan aktivitas administrasi publik yang terinteraksi dengan lingkungannya yaitu masyarakat dan politik sebagai lingkungan internal.

b. Paradigma Administrasi Publik

Nicholas Henry (1980) dalam Darmadi dan Sukidin (2009, h.107-111), mengemukakan lima paradigma administrasi publik:

1. Paradigma Dikotomi Politik Administrasi (1900-1926)

Administrasi publik seharusnya berpusat pada birokrasi pemerintahan. Politik seharusnya tidak ikut mencampuri administrasi, dan administrasi publik harus bersifat studi ilmiah dan dapat bersifat “bebas nilai”. Dalam periode pertama ini jelas administrasi publik memberikan penekanan pada *locus*, tempat administrasi publik harus berada

2. Paradigma Prinsip-Prinsip Administrasi Publik (1927-1937)

Dalam periode ini juga kemudian hadir Luther Gullick dan Lyndall Urwick, yang mempromosikan tujuh prinsip administrasi: POSDCoRB (*Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, and Budgeting*).

3. Paradigma Administrasi Publik sebagai Ilmu Politik (1950-1970)

Administrasi publik mundur ke dalam disiplin induknya, yaitu ilmu politik. Pengaruh dari gerakan mundur ini berupa pembaharuan definisi mengenai *locus* yang ditimpakkan pada birokrasi pemerintah, tetapi dengan melepaskan hal-hal yang berkaitan dengan *focus*. Periode ini ditandai penekanan *locus*, yaitu pada birokrasi pemerintahan.

4. Paradigma Administrasi Negara sebagai Ilmu Administrasi (1956-1970)

Ahli administrasi publik bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dari program-program secara lebih tepat dan efisien. Jelas, paradigma keempat ini lebih mementingkan *focus* daripada *locus*.

5. Paradigma Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik (1970-sekarang)

Aspek yang terakhir ini dapat dipandang sebagai satu pertalian *focus* dan *locus* dari administrasi publik. Pada masa ini, administrasi negara telah berkembang menjadi ilmu administrasi negara, yaitu merambah ke teori organisasi, ilmu kebijakan (*policy science*), dan ekonomi politik (Pasolong, 2012, h.40)

6. *Old Public Administration* (OPA)

Pemerintah sebagai pembuat kebijakan: haruslah menjadi pengarah dari pada pelaksana. Misalnya pemerintah yang menentukan yang menjadi wajib pajak dan besarnya pungutan, selanjutnya yang memungut adalah pihak swasta.

7. *New Public Administration* (NPA)

Model ini merupakan reaksi terhadap ketidakpuasan atas kinerja dan sikap administrasi publik atau birokrasi pemerintah di Amerika Serikat. Sehingga Akademi ilmu pengetahuan Amerika Serikat Bidang Ilmu-Ilmu Sosial dan Kemanusiaan menyampaikan

beberapa kritik terhadap teori dan praktik administrasi publik di Amerika Serikat.

8. *New Public Management (NPM)*

Pada tahun 1992 kemudian muncul paradigma yang sangat terkenal karena bersifat reformatif yaitu “Reinventing Government” yang dicetuskan oleh David Osborn dan T. Gaebler, dan kemudian dioperasikan oleh Osborne dan Plastrik pada tahun 1997.

Paradigma *Reiventing Government* juga dikenal sebagai *New Public Management (NPM)* dan menjadi begitu populer ketika prinsip “*Good Governance*” diimplementasikan. Paradigma *NPM* melihat bahwa paradigma manajemen terdahulu kurang efektif dalam memecahkan masalah dalam memberikan pelayanan kepada publik. Karena itu Vigoda dalam Keban yang dikutip oleh Pasolong (2012, h.41), mengungkapkan prinsip-prinsip *NPM*, yaitu :

- a. Pemanfaatan manajemen professional dalam sektor publik.
- b. Penggunaan Indikator Kinerja.
- c. Penekanan yang lebih besar pada control output.
- d. Pergeseran perhatian ke unit-unit yang lebih kecil.
- e. Pergeseran ke kompetisi yang lebih tinggi.
- f. Penekanan gaya sektor swasta pada penerapan manajemen.
- g. Penekanan pada disiplin dan penghematan yang lebih tinggi dalam penggunaan sumber daya.

NPM secara umum dipandang sebagai suatu pendekatan dalam administrasi publik yang menerapkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh dalam dunia manajemen bisnis dan disiplin yang lain untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas kinerja pelayanan publik pada birokrasi modern.

9. *New Public Service (NPS)*

Denhardt dalam Pasolong (2012, h.42) *The New Public Service* memuat ide pokok *New Public Service, Serve Citizen, Not Customers* yaitu aparatur pelayanan publik tidak hanya merespon keinginan pelanggan (*customer*), tetapi lebih fokus pembangunan kepercayaan dan kolaborasi dengan dan antara Warga Negara (*citizen*).

Ilmu pengetahuan tumbuh dan berkembang karena adanya kebutuhan nyata yang dirasakan oleh masyarakat. Bagi negara-negara yang digolongkan pada negara “Dunia Ketiga” dirasakan bahwa teori dan prinsip-prinsip dari Ilmu Administrasi Publik yang terutama dikembangkan di dunia Barat, sudah tidak memadai terhadap kebutuhan bagi negara-negara yang sedang giat melakukan pembangunan. Negara yang sedang berkembang/ membangun yang dikenal sebagai negara “Dunia Ketiga” menyadari semakin besarnya jurang pemisah antara negara yang sudah maju dan negara yang sedang berkembang. Mereka berusaha untuk mengatasi masalah-masalah keterbelakangan, kemiskinan,

kebudohan dan lain-lain dengan melakukan pembangunan di segala bidang baik politik, ekonomi, sosial, budaya dan keamanan.

Oleh karena itu para ahli mulai mengalihkan pikiran, perhatian serta waktunya terhadap suatu cabang Ilmu Administrasi yang relevan dengan negara-negara yang sedang berkembang/membangun. Ilmu Administrasi yang dapat mengatasi masalah-masalah itu disebut Ilmu Administrasi Pembangunan. Beberapa pendapat mengatakan, bahwa Administrasi Pembangunan adalah Administrasi Publik yang berorientasi pada Pembangunan (Handayani, 1984, h.06).

2. Administrasi Pembangunan

a. Definisi Administrasi Pembangunan

Menurut Bintoro (1974, h.12-13) administrasi pembangunan merupakan cara pendekatan yang merupakan bagian dari suatu keseluruhan proses pembangunan sebagai suatu proses perubahan sosial yang menyeluruh. Pengertian administrasi pembangunan menurut para cendekiawan diantaranya:

Menurut Edward W. Weidner :

Development Administration : public administration with a special purpose. Administration with the objective of political, economic and social development. Development administration is the process of guiding an organization toward the achievement of development objective. It is action

oriented, and it places administration at the centre in facilitating the attainment of development objectives.

Menurut Siagian :

Administrasi pembangunan adalah keseluruhan proses pelaksanaan daripada rangkaian kegiatan yang bersifat pertumbuhan dan perubahan yang berencana menuju modernitas dalam berbagai aspek kehidupan bangsa dalam rangka pembangunan nasional.

Pada pokoknya pendekatan administrasi pembangunan diartikan sebagai proses pengendalian usaha (administrasi) oleh negara/pemerintah untuk merealisasikan pertumbuhan yang direncanakan ke arah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan di dalam berbagai aspek kehidupan bangsa .

B. Pembangunan Daerah Berbasis Pengembangan Ekonomi Lokal

1. Pembangunan Daerah

a. Definisi Pembangunan Daerah

Menurut Tjokrowidjono yang dikutip oleh Ari Etika dkk (2013, h.32-33) pembangunan daerah dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu: 1) segi pembangunan sektoral, pencapaian sasaran pembangunan dilakukan melalui berbagai pembangunan sektoral yang dilaksanakan di daerah. Pembangunan sektoral disesuaikan dengan yang dimiliki oleh masing-masing daerah; 2) segi pembangunan wilayah, yang meliputi perkotaan dan pedesaan sebagai pusat dan lokasi kegiatan sosial ekonomi wilayah; dan

3) segi pemerintahnya, agar tujuan pembangunan daerah dapat berhasil dengan baik maka pembangunan daerah perlu berfungsi dengan baik karena itu pembangunan merupakan usaha-usaha untuk mengembangkan dan mempererat pemerintah dalam rangka makin mantapnya otonomi daerah yang nyata, dinamis, serasi, dan bertanggungjawab.

Di bidang pembangunan, konsepsi pembangunan daerah mencakup beberapa dimensi. Dilihat dari tingkat kepentingan, pembangunan itu ada yang mempunyai ruang lingkup nasional, ruang lingkup regional, ruang lingkup lokal. Pembangunan dengan lingkup nasional adalah pembangunan yang bernilai strategis yang menyangkut kepentingan nasional dan bermanfaat bagi seluruh bangsa. Pembangunan seperti ini pada umumnya ditangani oleh Pemerintah Pusat, sedang pembangunan dengan ruang lingkup dan bernilai regional, serta menyangkut kepentingan bagi masyarakat di daerah tersebut ditangani oleh Pemerintah Daerah Tingkat I atau Pemerintah Daerah Tingkat II. Untuk pembangunan dengan ruang lingkup lokal dan bernilai serta pengaruhnya langsung dirasakan masyarakat ditangani oleh pemerintah setempat dan masyarakat (Syafudin, 1993, h.64)

Menurut Syafudin (1993, h.65) tujuan pembangunan daerah pada umumnya, adalah :

1. Memanfaatkan potensi yang ada di setiap daerah untuk mengembangkan daerah yang bersangkutan.

2. Mengusahakan agar daerah-daerah yang secara relatif masih terbelakang dapat berkembang dengan laju yang lebih cepat daripada daerah-daerah lainnya, sehingga dapat dikurangi kesenjangan yang menyolok dalam tingkat kemajuan antar daerah dan pendapatan antara golongan masyarakat di dalam masing-masing daerah, agar tercapai pemerataan pembangunan serta hasil-hasilnya secara regional.
3. Mengusahakan agar peranan daerah-daerah yang relatif terbelakang makin lama makin besar dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan Nasional.

2. Pengembangan Ekonomi Lokal

a. Definisi Pengembangan Ekonomi Lokal

Dalam rangka pembangunan daerah, maka pemerintah daerah melakukan strategi pembangunan daerah salah satunya dengan berbasis pengembangan ekonomi lokal. Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) merupakan suatu perubahan fundamental pada aktor dan kegiatan yang terkait dengan pengembangan ekonomi. PEL pada hakekatnya merupakan proses kemitraan antara pemerintah daerah dengan para *stakeholders* termasuk sektor swasta dalam mengelola sumber daya alam dan sumber daya manusia maupun kelembagaan secara baik melalui pola kemitraan dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan kegiatan ekonomi daerah dan menciptakan pekerjaan baru.

Pengembangan ekonomi lokal menitikberatkan pada kebijakan “*endogenous development*” memanfaatkan potensi sumberdaya manusia, institusional dan fisik setempat. Apapun bentuk kebijakan yang diambil, PEL mempunyai satu tujuan, yaitu: meningkatkan jumlah dan variasi peluang kerja tersedia untuk penduduk setempat. Dalam mencapai itu, pemerintah daerah dan kelompok masyarakat dituntut untuk mengambil inisiatif dan bukan hanya berperan pasif saja (Yoehansyah, 2013, h.4).

Menurut J. Blakely (1994) yang dikutip Oktaviani dan Sardjito (2012, h.3) dapat dirumuskan faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi lokal adalah sumberdaya alam, tenaga kerja, modal, investasi, kewiraswastaan, pengangkutan, komunikasi, komposisi industri, teknologi, ukuran usaha, pasar ekspor, situasi ekonomi internasional, kemampuan lokal, dan dukungan pemerintah pusat. Pengembangan ekonomi lokal yang dimaksud disini adalah pengembangan potensi lokal atau daerah yang dikemas dalam pariwisata.

b. Tujuan Pengembangan Ekonomi Lokal

Menurut Supriyadi (2007, h.106) pengembangan ekonomi lokal berupaya melakukan upaya pemanfaatan sumber daya lokal yang ada yaitu sumber daya fisik, manusia dan kelembagaannya. Dengan demikian pengembangan ekonomi lokal berintikan pengembangan yang didasarkan pada kemampuan lokal yang semakin berkembang.

Pengembangan ekonomi lokal sebagai suatu perencanaan yang berbasis komunitas, dengan tujuan pemberdayaan, perencanaan dari negara relatif kecil, perencanaan berpikir kritis untuk kepentingan masyarakat dan komunitas lokal.

Pengembangan ekonomi lokal itu sendiri merupakan suatu proses dimana publik, bisnis, dan LSM bermitra, bekerjasama secara kolektif menciptakan kondisi yang lebih baik bagi pertumbuhan ekonomi dan ketenagakerjaan. Kerjasama berbagai pihak ini akan menentukan tingkat keberhasilan bersama dari strategi, kebijakan, program dan kegiatan pengembangan ekonomi lokal yang dilakukan. Pengembangan ekonomi lokal menggabungkan upaya penciptaan kesempatan dan pemberdayaan masyarakat. Sebagai sebuah strategi, pengembangan ekonomi lokal juga bertujuan memberdayakan orang-orang lokal, pemerintah lokal, dan industri-industri lokal.

Berdasarkan fokus penerapannya, tujuan pengembangan ekonomi lokal meliputi:

- a. Membentuk jaringan kerja kemitraan antar pelaku ekonomi untuk pemanfaatan potensi lokal dengan meningkatkan kapasitas pasar pada tingkat lokal, regional dan global.
- b. Meningkatkan kapasitas lembaga lokal (pemerintah, masyarakat dan swasta) dalam mengelola pengembangan ekonomi lokal.
- c. Terjadinya kolaborasi antar aktor baik publik, bisnis dan masyarakat.

- d. Secara kolektif mendorong kondisi yang nyaman bagi pertumbuhan ekonomi dan ketenagakerjaan.

C. Birokrasi *Entrepreneur* dalam Pengembangan Potensi Daerah

1. Pengembangan Potensi Daerah berbasis Pariwisata

a. Definisi Pariwisata

Pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. McInstosh (1995) yang dikutip oleh Muljadi (2009, h.7-9), menyatakan bahwa pariwisata adalah, *“the sum total of operations, mainly of an economic nature, which directly relate to the entry, stay and movement of foreigners inside and outside a certain country, city or region”*.

Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota atau wilayah tertentu.

Menurut Instruksi Presiden NO. 19 Tahun 1969 kepariwisataan adalah merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas, seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman.

WTO mendefinisikan pariwisata sebagai *“the activities of person travelling to and staying in places outside their usual environment of not more than one consecutive year for leisure, bussiness and other purpose”* atau berbagai aktivitas yang dilakukan orang-orang yang

mengadakan perjalanan untuk dan tinggal di luar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan, bisnis dan keperluan lain.

Keterkaitan antara pariwisata dan lingkungan alam adalah lingkungan alam sebagai daya tarik bagi wisatawan serta sebagai wadah bagi dibangunnya fasilitas-fasilitas wisata. Aspek sosial budaya juga merupakan aspek penting yang tidak boleh terlepas dari perhatian bagi suatu pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata (Muljadi, 2009, h.45).

b. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan ekonomi lokal menekankan pada pengembangan potensi lokal suatu daerah. Potensi lokal yang dimaksud disini adalah pariwisata. Pariwisata sering kali dipersepsikan sebagai mesin ekonomi penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi di suatu negara. Namun demikian, pada prinsipnya pariwisata memiliki spektrum fundamental pembangunan yang lebih luas bagi suatu negara.

Menurut Muljadi (2009, h.70-71) pada saat ini pembangunan kepariwisataan pada dasarnya ditujukan untuk:

1. Persatuan dan kesatuan bangsa

Pariwisata mampu memberikan perasaan bangga dan cinta terhadap negara melalui kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan oleh penduduknya ke seluruh penjuru negeri. Dengan banyaknya warga negara yang melakukan kunjungan wisata di wilayah-

wilayah selain tempat tinggalnya, akan timbul rasa persaudaraan dan pengertian terhadap sistem dan filosofi kehidupan masyarakat yang dikunjungi sehingga akan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan nasional.

2. Penghapusan kemiskinan

Pembangunan pariwisata seharusnya mampu memberikan kesempatan bagi seluruh rakyat Indonesia untuk berusaha dan bekerja. Kunjungan wisatawan ke suatu daerah seharusnya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pariwisata akan mampu memberi andil besar dalam penghapusan kemiskinan di berbagai daerah yang miskin potensi ekonomi lain selain potensi alam dan budaya bagi kepentingan pariwisata.

3. Pembangunan berkelanjutan

Kegiatan pariwisata yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya dan keramahan pelayanan, sedikit sekali sumber daya yang habis digunakan untuk menyokong kegiatan ini. Bahkan berdasarkan berbagai contoh pengelolaan pariwisata yang baik, kondisi lingkungan alam dan masyarakat di suatu destinasi wisata mengalami peningkatan yang berarti sebagai akibat dari pengembangan kepariwisataan di daerahnya.

4. Pelestarian budaya

Pembangunan kepariwisataan seharusnya mampu memberikan kontribusi nyata dalam upaya-upaya pelestarian budayaa suatu negara atau daerah, yang meliputi perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan budaya negara atau daerah. UNESCO dan UN-WTO dalam resolusi bersama mereka pada 2002 telah menyatakan bahwa kegiatan pariwisata merupakan alat utama pelestarian kebudayaan. Dalam konteks tersebut, sudah selayaknya masyarakat Indonesia menjadikan pembangunan kepariwisataan sebagai pendorong pelestarian kebudayaan di berbagai daerah.

5. Pemenuhan kebutuhan hidup dan hak asasi manusia

Pariwisata pada masa kini telah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern. Pada beberapa kelompok masyarakat tertentu, kegiatan melakukan perjalanan wisata bahkan telah dikaitkan dengan hak asasi manusia, khususnya melalui pemberian waktu libur yang lebih panjang dan *skema paid holidays*.

6. Peningkatan ekonomi dan industri

Pengelolaan kepariwisataan yang baik dan berkelanjutan seharusnya mampu memberikan kesempatan bagi tumbuhnya ekonomi di suatu destinasi pariwisata. Penggunaan bahan dan produk lokal dalam proses pelayanan di bidang pariwisata akan memberikan kesempatan pada industri lokal untuk berperan dalam penyediaan

barang dan jasa. Syarat utama dari hal tersebut adalah kemampuan usaha pariwisata setempat dalam memberikan pelayanan berkelas dunia dengan menggunakan bahan dan produk lokal yang berkualitas.

7. Pengembangan teknologi

Dengan semakin kompleks dan tingkat persaingan dalam mendatangkan wisatawan ke suatu destinasi, kebutuhan akan teknologi tinggi, khususnya teknologi industri, akan mendorong destinasi pariwisata mengembangkan kemampuan penerapan teknologi terkini mereka. Di daerah-daerah tersebut akan terjadi pengembangan teknologi maju dan tepat guna yang akan mampu memberikan dukungan bagi kegiatan ekonomi lainnya.

Dengan demikian, pengembangan kepariwisataan akan memberikan manfaat bagi masyarakat dan pemerintahan di berbagai daerah yang lebih luas dan bersifat fundamental. Kepariwisata akan menjadi bagian tidak terpisahkan dari pembangunan suatu daerah dan terintegrasi dalam kerangka peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

c. Upaya Pengembangan Pariwisata

Menurut Muljadi (2009, h.73) upaya memperkuat perekonomian Indonesia perlu peningkatan penerimaan devisa, di mana salah satu sektor potensialnya adalah sektor pariwisata.

Untuk itu, kebijakan yang ditempuh adalah:

1. Menggencarkan pemasaran dan promosi dengan memberi peranan yang lebih dominan bagi usaha pariwisata.
2. Meningkatkan kerja sama dan koordinasi berbagai sektor terkait, baik di tingkat pusat maupun daerah dalam setiap kegiatan pemasaran dan promosi baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
3. Memberikan kemudahan wisman untuk mengadakan perjalanan.
4. Peningkatan promosi terpadu dalam lingkup bilateral, regional dan multilateral.
5. Meningkatkan citra pariwisata Indonesia melalui keikutsertaan dalam event-event pariwisata internasional.
6. Peningkatan kuantitas dan kualitas bahan promosi melalui penyajian data dan informasi yang akurat.

Pengembangan potensi daerah berbasis pariwisata tidak akan berjalan tanpa adanya peran serta pemerintah daerah dalam mengembangkan dan mempromosikannya. Oleh karena itu, aparat pemerintah daerah harus kreatif dalam mengembangkan setiap potensi yang mereka miliki sebagai usaha untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pemerintah daerah harus berlomba-lomba agar potensi daerahnya dalam pariwisata dapat dikenal semua orang baik dilingkup yang ada di daerahnya maupun diluar daerahnya. Untuk itu diperlukan sebuah pemerintahan atau sebuah birokrasi yang kreatif dan inovatif dalam

mengembangkan dan mempromosikan potensi daerah yang biasa disebut birokrasi *entrepreneur*.

2. Birokrasi *Entrepreneur*

a. Definisi Birokrasi

Peran birokrasi memiliki kedudukan dan fungsi yang sangat signifikan dalam penyelenggaraan pemerintahan, dan tidak bisa digantikan fungsinya oleh lembaga-lembaga lainnya. Birokrasi menyangkut tidak hanya para birokrat tetapi akan sangat terkait dengan organisasi dan manajemen pengelolaan pemerintahan. Peran birokrasi di dalam pemerintahan adalah melakukan fungsi entrepreneurial, yakni fungsi yang memberikan inspirasi terhadap aparatur pemerintah untuk melakukan kegiatan-kegiatan inovatif yang sifatnya non-rutin, dengan mengaktifkan sumber-sumber potensial, dan menciptakan *resource mix* yang optimal dalam mencapai tujuan pemerintah (Harun, 2007, h.2)

Sedangkan menurut Heflin (2008, h.32) birokrasi adalah sistem pemerintahan yang dijalankan oleh pegawai pemerintahan yang berpegang pada hierarki dan jenjang jabatan. Dari pengertian yang seperti ini, birokrasi seringkali melupakan tujuan pemerintahan yang sejati sehingga menghalangi pekerjaan yang cepat serta menghilangkan inisiatif, terikat dalam peraturan yang berbelit-belit dan bergantung kepada perintah atasan, berjiwa statis, dan karena itu menghambat kemajuan suatu pekerjaan. Menurut A. Abdul (2011,

h.127) secara empiris birokrasi identik dengan aparaturnya pemerintah yang mempunyai tiga dimensi yaitu organisasi, sumber daya manusia, dan manajemen.

b. Konsep Birokrasi

Menurut A. Abdul (2011, h.128) Max Weber menciptakan model tipe ideal birokrasi yang menjelaskan bahwa suatu birokrasi atau administrasi mempunyai suatu bentuk yang pasti dimana semua fungsi dijalankan dalam cara-cara yang rasional. Menurut Max Weber bahwa tipe ideal birokrasi yang rasional tersebut dilakukan dalam cara-cara sebagai berikut:

1. Pertama, individu pejabat secara personal bebas, akan tetapi dibatasi oleh jabatannya manakala ia menjalankan tugas-tugas atau kepentingan individual dalam jabatannya. Pejabat tidak bebas menggunakan jabatannya untuk keperluan dan kepentingan pribadinya termasuk keluarganya.
2. Jabatan-jabatan itu disusun dalam tingkatan hierarki dari atas ke bawah dan ke samping. Konsekuensinya ada jabatan atasan dan bawahan, dan ada pula yang menyandang kekuasaan lebih besar dan ada yang lebih kecil.
3. Tugas dan fungsi masing-masing jabatan dalam hierarki itu secara spesifik berbeda satu sama lainnya.
4. Setiap pejabat mempunyai kontrak jabatan yang harus dijalankan. Uraian tugas (*job description*) masing-masing

pejabat merupakan domain yang menjadi wewenang dan tanggung jawab yang harus dijalankan sesuai dengan kontrak.

5. Setiap pejabat diseleksi atas dasar kualifikasi profesionalitasnya, idealnya hal tersebut dilakukan melalui ujian yang kompetitif.
6. Setiap pejabat mempunyai gaji termasuk hak untuk menerima pensiun sesuai dengan tingkatan hierarki jabatan yang disandangnya. Setiap pejabat bisa memutuskan untuk keluar dari pekerjaannya dan jabatannya sesuai dengan keinginannya dan kontraknya bisa diakhiri dalam keadaan tertentu.
7. Terdapat struktur pengembangan karier yang jelas dengan promosi berdasarkan senioritas dan merit sesuai dengan pertimbangan yang obyektif.
8. Setiap pejabat sama sekali tidak dibenarkan menjalankan jabatannya dan resources instansinya untuk kepentingan pribadi dan keluarganya.
9. Setiap pejabat berada di bawah pengendalian dan pengawasan suatu sistem yang dijalankan secara disiplin.

c. Definisi Birokrasi *Entrepreneur*

Menurut Ani Ratna yang dikutip oleh Sjamsuddin (2006, h.64) istilah wirausahawan (*entrepreneur*) mula-mula dipergunakan oleh J.B. Say sekitar tahun 1800-an, yang diartikan sebagai memindahkan berbagai sumber ekonomi dari suatu wilayah dengan produktivitas

rendah ke wilayah dengan produktivitas lebih tinggi dengan hasil yang lebih besar. Jadi yang dimaksudkan dengan pemerintahan wirausaha atau yang biasa disebut dengan birokrasi *entrepreneur* adalah lembaga sektor pemerintah yang mempunyai kebiasaan bertindak seperti ini- yang tetap menggunakan sumber daya dengan cara baru untuk mempertinggi efisiensi dan efektivitas mereka. Dengan kata lain, seorang wirausahawan menggunakan sumberdaya dengan cara baru untuk memaksimalkan produktivitas dan efektivitas, serta menggunakan jalur pemerintahan beserta birokrasinya untuk menjalankannya.

Gustati dan Ferdawati (2009, h.87) mengatakan *reinventing government* atau birokrasi *entrepreneur* itu sendiri oleh Osborne dan Plastrik dalam bukunya yang berjudul *Banishing Bureaucracy* dimaknai sebagai berikut:

The fundamental transformation of public systems and organizations to create dramatic increases in their effectiveness, efficiency, adaptability, and capacity to innovate. This transformation is accomplished by changing their purpose, incentives, accountability, power structure, and culture.

Dalam konteks ini, *reinventing* dimaknai sebagai penciptaan kembali birokrasi dengan mendasarkan pada sistem wirausaha, yakni menciptakan organisasi-organisasi dan sistem publik yang terbiasa memperbarui, yang secara berkelanjutan, memperbaiki kualitasnya tanpa harus memperoleh dorongan dari luar. Dengan demikian, *reinventing* berarti menciptakan sektor publik yang

memiliki dorongan dari dalam untuk memperbaiki apa yang disebut dengan “sistem yang memperbarui kembali secara sendiri”. Dengan kata lain, *reinventing* menjadikan pemerintah siap menghadapi tantangan-tantangan yang mungkin tidak dapat diantisipasi.

Reinventing government pada dasarnya merupakan representasi dari paradigma *New Public Management (NPM)*. Tekanan utama pada *reinventing government* atau *5 entrepreneur* adalah berfikir strategis, yaitu memperluas perspektif dan memanfaatkan kreativitas yang bertanggung jawab. Pemerintahan berwirausaha adalah pemerintahan yang tidak sekedar mampu menghasilkan ide-ide yang cemerlang tetapi juga diiringi kemampuan untuk mewujudkan ide-ide tersebut. Pemerintah yang mampu dan mau mengambil resiko yang terukur dan mampu menjelaskan langkah yang dianggap aneh (Gustati dan Ferdawati, 2009, h.88).

d. Prinsip Birokrasi *Entrepreneur*

Menurut Gustati dan Ferdawati (2009, h.89-90) prinsip Birokrasi *Entrepreneur* sebagai berikut:

1. Pemerintahan Katalis: Mengarahkan Ketimpangan Mengayuh (Steering Rather Than Rowing). Pemerintahan katalis menghendaki peran pemerintah sebagai aktor dan pelaksana urusan publik perlu dikurangi dan pemerintah sebagai pengarah

serta memusatkan peranannya dalam membuat kebijakan, peraturan dan undang-undang.

2. Pemerintahan Milik Masyarakat : Memberi Wewenang Ketimbang Melayani (*Empowering Rather Than Serving*).

Pemerintahan milik masyarakat diartikan sebagai pengalihan wewenang kontrol pemerintah ketangan masyarakat dan adanya perubahan misi dari pemerintah untuk pemberdayaan masyarakat dan bukan sebagai pelayanan sehingga fungsi utama dari pemerintah adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengambil kendali atas penyelenggaraan pelayanan publik.

3. Pemerintahan Yang Kompetitif : Menyuntikkan Persaingan Dalam Pemberian Pelayanan (*Injection Competition into Service Delivery*). Pemerintahan kompetitif mensyaratkan persaingan diantara para penyampai jasa atau pelayanan untuk bersaing berdasarkan kinerja dan harga. Pemerintah harus mampu merangsang, mendorong dan menciptakan sistem kompetisi antar berbagai pelaku yang terlibat dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan.

4. Pemerintahan Yang Digerakkan Oleh Misi : Mengubah Organisasi Yang Digerakkan Oleh Peraturan (*Transforming Rule-Driven Organizations*). Pemerintahan seperti ini mensyaratkan setiap badan pemerintah harus mempunyai misi

yang jelas, kemudian memberikan kebebasan kepada para manajer untuk menemukan cara terbaik misi tersebut, dalam batas-batas legal. Keunggulan pemerintahan semacam ini adalah lebih efisien, efektif, inovatif, fleksible dan mempunyai semangat yang lebih tinggi.

5. Pemerintahan berorientasi pada hasil : Membiayai Hasil Bukan Masukan (*Funding Outcomes, Not Input*). Menunjuk pada Pemerintahan yang *result oriented* dengan mengubah fokus dari input (kepatuhan pada peraturan dan membelanjakan anggaran sesuai dengan ketentuan) menjadi akuntabilitas pada keluaran atau hasil.
6. Pemerintahan berorientasi pada pelanggan : Mematuhi Kebutuhan Pelanggan Bukan Birokrasi (*Meeting the needs of Customer, not be Bureaucracy*). Pemerintahan berorientasi pelanggan memperlakukan masyarakat yang dilayani sebagai pelanggan, menetapkan standar pelayanan, memberi jaminan. Dengan masukan dan insentif ini, mereka meredesain organisasinya untuk menyampaikan nilai maksimum kepada pelanggan.
7. Pemerintahan Wirausaha : Menghasilkan Ketimbang Membelanjakan (*Earning Rather Than Spending*). Pemerintah wirausaha menfokuskan energinya bukan sekadar untuk menghabiskan anggaran, tetapi juga menghasilkan uang.

8. Pemerintah Yang Antisipatif : Mencegah Daripada Mengobati (*Prevention Rather Than Cure*). Pemerintahan yang antisipatif adalah pemerintahan yang berpikir kedepan, mencoba mencegah timbulnya masalah daripada memberikan jalan untuk menyelesaikan masalah.
9. Pemerintahan Desentralisasi Dari Hirarki menuju Partisipasi dan Tim Kerja. (*From Hierarchy to Participation and Teamwork*). Pemerintahan yang mendorong wewenang dari pusat pemerintahan melalui organisasi atau sistem. Keunggulan dari desentralisasi adalah lebih responsif dan fleksible, lebih efektif, lebih inovatif, dan menghasilkan semangat kerja yang lebih tinggi sehingga lebih banyak komitmen dan akhirnya lebih produktif.
10. Pemerintahan Yang Berorientasi Pasar : Mendongkrak Perubahan Melalui Pasar (*Leveraging Change Through The Market*). Pemerintahan ini sering memanfaatkan struktur pasar swasta untuk memecahkan masalah daripada menggunakan mekanisme administratif, seperti menyampaikan pelayanan atau perintah dan kontrol dengan memanfaatkan peraturan.

Birokrasi *entrepreneur* dapat dijadikan strategi untuk mempromosikan potensi daerah. Yang menjadi sorotannya adalah dimana ada 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 keempat prinsip yang menjadi sorotan disini, dapat dikatakan bahwa jika para birokrat berkaca dari empat prinsip tersebut maka mereka akan dapat membaca peluang yang ada pada daerahnya. Peluang tersebut dapat berupa memanfaatkan potensi daerah yang ada. Potensi daerah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pariwisata. Jadi, para birokrat dapat menjadikan prinsip-prinsip birokrasi *entrepreneur* tersebut sebagai acuan dalam mengembangkan potensi daerah, salah satunya dengan ajang promosi.

Dengan adanya pemerintahan yang kompetitif, maka ajang promosi yang dilaksanakan bisa jadi lebih beragam dan inovatif. Selain itu, para birokrat juga dituntut untuk bisa menghasilkan keuntungan dan uang. Dengan kata lain, jika promosi yang dilakukan telah berhasil dan sukses, maka bukan tidak mungkin para birokrat juga akan mendapatkan keuntungan dari keberhasilan tersebut. Terlepas dari itu

semua, para birokrat tidak bisa melaksanakan segala sesuatunya sendiri. Tentu saja mereka memerlukan pihak lain untuk digandeng dalam melaksanakan sebuah promosi. Pihak lain atau swasta biasanya memberikan kontribusi agar pelaksanaan promosi yang dilaksanakan para birokrat dapat berjalan dengan baik dan lancar contohnya dengan memberikan bantuan berupa sarana dan prasarana. Dengan memberikan bantuan, pihak swasta tentu saja akan mendapatkan keuntungan. Dimana dalam bantuan tersebut pihak swasta juga melakukan promosi produk perusahaannya. Namun hal tersebut tergantung bagaimana perjanjian atau kontrak yang akan disepakati oleh para birokrat dan pihak swasta.

D. Promosi dalam Pemasaran Pariwisata

1. Promosi dalam Pemasaran

a. Definisi Pemasaran

Dr William H. Kaven, Profesor Ilmu Ekonomi dan Pemasaran di Jurusan Administrasi Perhotelan, Universitas Cornell dalam Wahab dkk (1988, h.22) mengemukakan pengertian pemasaran, adalah proses usaha, baik dengan permintaan yang nyata maupun yang masih potensial akan barang-barang dan jasa-jasa diformulasikan, diusahakan dan disediakan oleh si penjual. Proses itu mencakup upaya semua bidang fungsi penjual yang bekerja sama untuk menghasilkan jasa-jasa atau produk yang harganya tepat, waktunya pasti, tempatnya jelas

sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dan mencapai tingkat keuntungan pemasar itu.

b. Definisi Promosi

Pemasaran diperlukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat. Kegiatan promosi merupakan salah satu komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Banyak yang mengatakan bahwa kegiatan promosi identik dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar dana yang dimiliki suatu perusahaan umumnya akan menghasilkan promosi yang juga sangat gencar. Namun dana bukanlah segala-galanya. Dana yang terbatas dapat diatasi dengan inovasi yang lebih cerdas dan tepat. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah dengan menganalisis keunggulan produk, modal lain yang dimiliki oleh perusahaan, dan segmen pasar yang akan dibidik (Hermawan, 2012, h.38).

c. Strategi Promosi

Menurut Yoeti (2002) yang dikutip oleh Galuh (2012, h.32) langkah-langkah penting yang perlu dilakukan dalam strategi promosi di suatu daerah adalah :

1. Tentukan Target Pasar

Menentukan target pasar yang akan dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang akan dilakukan. Dengan begitu, akan lebih mudah menentukan pemilihan instrumen yang akan dilakukan.

2. Tentukan Target Promosi

Menetapkan kelayakan promosi yang akan dilakukan terkait dengan bagaimana jenis promosi yang akan digunakan dan berapa besarnya anggaran yang diperlukan.

3. Tentukan Komposisi Bauran Pemasaran

Mengatur komposisi unsur-unsur bauran pemasaran yang akan digunakan. Bauran pemasaran untuk barang fisik meliputi tempat, promosi, harga dan produk sedangkan untuk jasa meliputi orang, tempat, promosi, harga dan produk.

4. Tentukan Desain Iklan

Dengan tujuan untuk mempersiapkan bentuk-bentuk desain iklan yang akan digunakan termasuk ukuran, produk yang ditonjolkan, atribut yang digunakan dan sebagainya.

5. Tentukan *Sales Promotion*

Merumuskan bentuk-bentuk kegiatan *sales promotion* yang akan dilakukan perusahaan. *Sales promotion* adalah aktivitas promosi yang terdiri dari insentif jangka pendek yang dilakukan untuk mendorong pembelian dengan segera dan meningkatkan penjualan perusahaan.

6. Pembuatan Material

Perencanaan pembuatan material, termasuk bentuk-bentuk hand-out yang akan diberikan pada setiap pertemuan formal kepada pejabat-pejabat pariwisata dari luar maupun dalam negeri.

7. Tentukan *Public Relation Officer*

Menunjuk seorang *public relation officer* untuk menjaga citra suatu daerah tujuan wisata. Seorang publik relation pada dasarnya mengacu cara berkomunikasi yang efektif agar informasi yang disampaikan efektif.

d. Bentuk Promosi

Menurut Wahab dkk, (1988, h.160) bentuk promosi meliputi:

1. Periklanan

Periklanan dapat melalui surat kabar harian atau mingguan, majalah dan terbitan berkala lain, radio, TV, gambar-gambar dan poster, pajangan jendela, harian ekonomi. Isi-isi itu ditujukan bagi calon pembeli yang belum dikenal.

2. Pekan-pekan promosi

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). Isi berita atau pesan-pesan promosi itu diarahkan bagi pengungghah pikiran massa yang sudah dikenal (kecuali promosi pada tempat-tempat penjualan)

3. Kegiatan-kegiatan pers

Kegiatan-kegiatan pers diantaranya adalah memasukkan berita di koran, konferensi pers, kliping dan dokumentasi foto, perpustakaan slide dan film. Isi berita promosi ini diarahkan kepada media massa untuk lebih meyakinkan dan mengarahkan secara lebih rinci bagi pelanggan yang belum dikenal.

4. Hubungan masyarakat

Kegiatan hubungan masyarakat dapat 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. Isi berita ini berdasarkan pada ajakan pribadi yang ditujukan bagi kenalan yang akrab.

2. Promosi Pariwisata

a. Definisi Promosi Pariwisata

Menurut Muljadi (2009, h.87) pemasaran atau promosi pariwisata adalah seluruh kegiatan untuk mempertemukan permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*), sehingga pembeli mendapat kepuasan dan penjual mendapatkan keuntungan maksimal dengan resiko seminimal mungkin. Pemasaran pariwisata merupakan hal yang sangat kompleks sekali karena produk dari industri pariwisata mempunyai ciri-ciri yang khas dibandingkan dengan produk berupa barang. Jadi dapat disimpulkan pemasaran pariwisata adalah upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan dan kebutuhan wisatawan dengan maksud agar usaha pariwisata dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan.

Jadi, pengertian promosi potensi daerah yang dikemas dalam pariwisata adalah suatu cara atau strategi dalam mengeksplor produk-produk wisata dengan tujuan mengenalkan potensi daerah yang ada agar para wisatawan tertarik dan ingin mengunjungi lokasi yang wisata tersebut. Semua fungsi manajemen termasuk, pengorganisasian, perencanaan, pengembangan, pengambilan keputusan dan pengawasan terhadap hasil-hasilnya, diarahkan kepada orientasi pemasaran yang mewujudkan suatu kumpulan teknik dan strategi guna mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan oleh suatu lembaga atau perusahaan.

b. Tujuan Promosi Pariwisata

Dengan majunya pariwisata sebagai suatu industri, biaya yang besar untuk perbaikan, pemeliharaan, restorasi dan pengembangan obyek dan atraksi wisata akan dapat diperoleh dari hasil kegiatan kepariwisataan sebagai potensi daerah. Adat-adat istiadat, kebiasaan dan upacara yang bersifat tradisional, upacara-upacara keagamaan, kesenian daerah, semuanya itu merupakan daya tarik yang kuat bagi wisatawan asing.

Menurut Yoeti (1997, h.34-35) sesuai dengan Instruksi Presiden No.9 Tahun 1969 ini dikatakan dalam pasal 2, bahwa tujuan pengembangan dan promosi potensi daerah adalah:

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan atau persahabatan nasional dan internasional

Wahab dkk (1988, h.158) mengatakan isi pesan dalam sebuah promosi harus membangkitkan kesadaran dan hasrat yang kuat, sebagai saingan terhadap pesan-pesan promosi lain, yang terus-menerus menggugah perhatian calon wisatawan. Berita dalam sebuah

promosi harus membawa pengaruh yang besar agar pesan berita itu tidak gampang dilupakan atau bahkan akan berlalu tanpa diperhatikan.

c. Sasaran Promosi Pariwisata

Promosi kepariwisataan atau potensi daerah selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Menurut Yoeti (1997, h.33-34) 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. Alasan ketiga mengapa bidang pariwisata atau potensi daerah perlu pengembangan dan promosi ialah untuk menghilangkan kepicikan berpikir, mengurangi salah pengertian, dapat mengetahui tingkah laku orang lain yang datang berkunjung, terutama bagi masyarakat di mana proyek kepariwisataan itu dibangun.

Pertukaran pikiran dan adanya interaksi antara wisatawan yang datang dengan penduduk setempat akan dapat membuka mata penduduk sekitarnya dalam banyak hal. Perbedaan pandangan, penafsiran dan salah pengertian dapat dihilangkan melalui

kepariwisataan. Hal ini dapat terjadi, karena dalam bisnis pariwisata, mereka yang melayani para wisatawan harus bersikap tanpa membedakan ras, bangsa dan agama. Jadi perbedaan politik, aliran dan kepercayaan, salah pengertian, prasangka buruk akan dapat dihilangkan melalui kegiatan kepariwisataan.

E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi

Tjipto (1997) yang dikutip oleh Galuh (2012, h.22) mengatakan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi promosi yaitu :

1. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk diketahui karena dapat memberikan pengaruh yang signifikan pada bisnis-bisnis perusahaan. Selain itu, ada faktor-faktor lain seperti perkembangan teknologi, geografi, tingkat inflasi, budaya dan gaya hidup juga harus dipertimbangkan sesuai dengan produk yang akan dikeluarkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi.

2. Faktor pasar

Perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada pada saat ini atau yang akan dikembangkan lagi. Hal tersebut dilakukan untuk membantu perusahaan dalam menentukan langkah dalam memasuki pasar yang dituju.

3. Persaingan

Perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk dalam pesaing tersebut, strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing. Ketika perusahaan dapat memahami posisi pesaingnya, maka perusahaan dapat menentukan langkah-langkah yang lebih baik untuk mengungguli pesaingnya.

4. Analisa kemampuan internal

Perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaannya sendiri dibanding para pesaingnya, penilaian ini dapat didasarkan kepada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya keuangan, kekuatan pemasaran dan basis pelanggan yang dimiliki. Jangan sampai pesaing lebih mengetahui kondisi dari perusahaan.

5. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau atau dianalisa karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi dan penentuan strategi promosi. Analisa perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian, baik melalui observasi maupun survey. Penelitian tersebut dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan, namun jika perusahaan menggunakan jasa dari lembaga penelitian maka perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih.

6. Analisa ekonomi

Dalam analisa ekonomi, perusahaan dapat memperkirakan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan perusahaan dalam

mendapatkan laba yang diinginkan. Analisis ini terdiri dari analisis terhadap komitmen perusahaan yang digunakan, analisis BEP (*Break Event Point*) yang terkait dengan penilaian laba dan rugi, dan juga termasuk penilaian resiko atau laba dan analisis faktor ekonomi pesaing lainnya.

Menurut Muljadi (2009, h.89) faktor-faktor yang mempengaruhi dan mendukung promosi pariwisata yaitu:

1. *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.
2. *Accessibility* atau aksesibilitas, artinya kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi, udara, laut atau darat. Hasil penelitian membuktikan bahwa hal ini sangat mempengaruhi keputusan calon wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.
3. *Aminities*, maksudnya berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013, h.24). Metode penelitian menurut Nazir (1999) yang dikutip oleh Nurdi (2008, h.47) adalah suatu alat-alat pengukuran untuk memandu peneliti tentang urutan bagaimana penelitian dilakukan untuk membantu peneliti agar dapat memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan dalam sebuah penelitian atau kegiatan ilmiah untuk memperoleh data-data yang dikehendaki melalui pengumpulan data yang sesuai untuk memecahkan permasalahan dalam suatu penelitian.

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian maka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Metode deskriptif menurut Nazir (1999) yang dikutip oleh Nurdi (2008, h.47) merupakan suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Suryabrata mengatakan (2003, h.75) tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pecandraan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat pada daerah tertentu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Craswell dalam Sugiyono (2013, h.347) penelitian kualitatif berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada seting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian akan menunjukkan arah dari penelitian, sehingga fokus penelitian dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan penelitian.

Penentuan fokus penelitian menurut Moleong (2010, h.94) mempunyai dua tujuan yaitu:

1. Membatasi studi, dengan kata lain fokus penelitian dapat membatasi bidang-bidang inkuiri, misalnya jika peneliti membatasi diri pada upaya menemukan teori dari dasar, maka lapangan lainnya tidak dimanfaatkan lagi.
2. Memenuhi kriteria inklusi-ekslusi (masukan dan pengeluaran) suatu informasi yang diperoleh di lapangan. Dengan adanya fokus penelitian, seorang peneliti dapat mengetahui data mana yang perlu diambil dari data-data yang sedang dikumpulkan. Dengan demikian secara sederhana dapat

disimpulkan bahwa adanya fokus penelitian mempermudah peneliti dalam mengambil data serta mengolahnya sehingga menjadi kesimpulan.

Fokus dalam penelitian ini mengacu pada masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan yaitu birokrasi *entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah Banyuwangi yang diwujudkan dalam *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* meliputi:

1. Birokrasi *Entrepreneur* dalam mempromosikan potensi daerah di Kabupaten Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*
 - a. Strategi promosi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yang meliputi strategi promosi, *stakeholders* yang terlibat, dan dukungan dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*
 - b. Bentuk promosi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*
 - c. Sasaran promosi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yang meliputi sasaran dan dampak yang terjadi dari adanya festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*
2. Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan potensi daerah Banyuwangi melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*.

C. Lokasi Dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian yang dimaksud adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah di Kabupaten

Banyuwangi, Jawa Timur. Sedangkan situs penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan menangkap objek yang akan diteliti dalam mengumpulkan dan memperoleh data. Maka, situs dalam penelitian ini adalah pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang beralamatkan di JL. Ahmad Yani No. 78 Kabupaten Banyuwangi.

1. Alasan Praktis

Banyuwangi adalah Kabupaten yang kaya akan potensi daerah salah satunya yaitu potensi pariwisata yang dikemas dalam wisata budaya dan adat tradisi. Dimana, keadaan tersebut menuntut adanya kreativitas dan inovasi dalam mempromosikannya yang dijalankan oleh birokrasi atau pemerintah daerah. Dan hal tersebut memunculkan sebuah kebijakan transformatif yang disebut dengan birokrasi *entrepreneur*.

2. Alasan Empiris

Alasan pemilihan situs penelitian diatas dikarenakan dinas tersebut yang berperan langsung dan bertanggung jawab atas festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yang dilaksanakan di Kabupaten Banyuwangi dalam rangka mempromosikan potensi daerah. Selain itu, efisiensi dalam biaya dalam menjangkau lokasi penelitian dikarenakan akses yang mudah dan infrastruktur yang sangat memadai dengan tempat dan situs penelitian. Hal tersebut dapat mempermudah peneliti dalam mencari data sehingga capaian dalam penelitian lebih efektif

D. Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland (1984) dalam Moleong (2010, h.157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, tindakan dan selebihnya data tambahan seperti dokumentasi dan lain-lain.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui dua jenis pengambilan data yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu. Data primer ini diperoleh secara langsung dan dikumpulkan oleh peneliti melalui proses wawancara dengan beberapa informan antara lain:

- a. Aparatur di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu Bapak Bramuda yang menjabat sebagai Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, Bapak Endro yang menjabat sebagai Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, Ibu Erfin yang menjabat sebagai Seksi Promosi Budaya dan Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
- b. Budayawan yang terlibat dalam pelaksanaan *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yaitu Bapak Hasnan Singodimayan

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang mencakup informasi yang telah dikumpulkan dan hanya relevan dengan permasalahan yang ada. Data

sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder dapat membantu peneliti untuk memberikan informasi yang terkait dengan topik yang dibahas. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui:

- a. Dokumen penting pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- b. Arsip-arsip pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- c. Beberapa jurnal dari internet

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013, h.375) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Untuk mendapatkan data yang valid dan relevan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan beberapa literatur, artikel, jurnal, undang-undang dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

2. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara:

a. Wawancara (*interview*)

Estenberg (2002) dalam Sugiyono (2013, h.384) mendefinisikan wawancara atau *interview* sebagai berikut “*a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara ini dilaksanakan oleh peneliti dengan melibatkan beberapa dinas yang terkait dengan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah dibuat sebelumnya. Data yang dikumpulkan dalam wawancara ini yaitu, strategi promosi, bentuk promosi, sasaran promosi, Banyuwangi Ethno Carnival (*BEC*) yang meliputi *stakeholders* yang terlibat, dukungan, dan dampak dari kegiatan *BEC*. Peneliti melakukan wawancara dengan 5 informan, yang pertama yaitu Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kepala Seksi Promosi Budaya dan Wisata, Seniman Budayawan senior.

b. Observasi

Menurut Pasolong (2012, h.131) observasi merupakan suatu pengamatan secara langsung dengan sistematis terhadap gejala-gejala yang hendak diteliti. Oleh karena observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data jika sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis dan dikontrol reliabilitasnya dan validitasnya.

Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipasi. Dalam penelitian ini peneliti menilai dari luar yaitu dengan tidak menjadi peserta. Alasan peneliti menggunakan metode observasi nonpartisipasi karena pada saat peneliti melakukan penelitian tentang kinerja birokrat pada festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* dan festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* belum berlangsung di tahun ini

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental (Sugiyono, 2013, h.396). Teknik dokumentasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang sudah tersedia di lokasi penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data yang ada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, data-data yang terkait dengan festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, dan data lain yang yang

menunjang dan menguatkan hasil temuan di lapangan. Data-data yang dikumpulkan adalah berupa arsip, draft dan foto-foto.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan peneliti dalam proses pengambilan dan pengumpulan data yang berwujud sarana atau benda.

Instrumen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti Sendiri

Peneliti di dalam penelitian kualitatif merupakan instrumen yang sangat penting. Kusmifati (2012, h.48) mengatakan bahwa peneliti merupakan alat pengumpul data utama, terutama pada saat proses wawancara dan analisa data. Selain itu peneliti juga menggunakan alat panca indera untuk melakukan pengamatan langsung dan pencatatan terhadap fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan.

2. Pedoman Wawancara

Menurut Moleong (2010, h.187) pedoman wawancara adalah suatu daftar pertanyaan yang terarah pada konsep penelitian, dimana berisi kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan dan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Pedoman wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya fokus dan tercakup.

3. Catatan Lapangan

Menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Moleong (2010, h.209) catatan lapangan adalah catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif. Catatan itu berupa coretan seperlunya yang sangat dipersingkat, berisi kata-kata, frasa, pokok-pokok isi pembicaraan atau pengamatan, mungkin gambar, sketsa, sosiogram, diagram dan lain-lain.

G. Metode Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip oleh Moleong (2010, h.248), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisa interaktif, oleh Miles dan Hubberman. Miles and Hubberman (1984) yang dikutip oleh Sugiyono (2013, h.404) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas.

Aktivitas dalam analisis data ini, yaitu :

1. Mengumpulkan data dan informasi mengenai strategi promosi, bentuk promosi, dan sasaran promosi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, serta *stakeholders*, dukungan dan dampak dari festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* yang didapat melalui literatur dan wawancara kepada aparatur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan seniman budayawan senior. Dan juga mengumpulkan dokumentasi yang didapat pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

2. Reduksi data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Hasil catatan lapangan dirangkum dan difokuskan pada hal-hal yang penting dengan mengelompokkan hasil wawancara tentang strategi promosi, bentuk promosi, dan sasaran promosi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, serta *stakeholders*, dukungan dan dampak dari festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

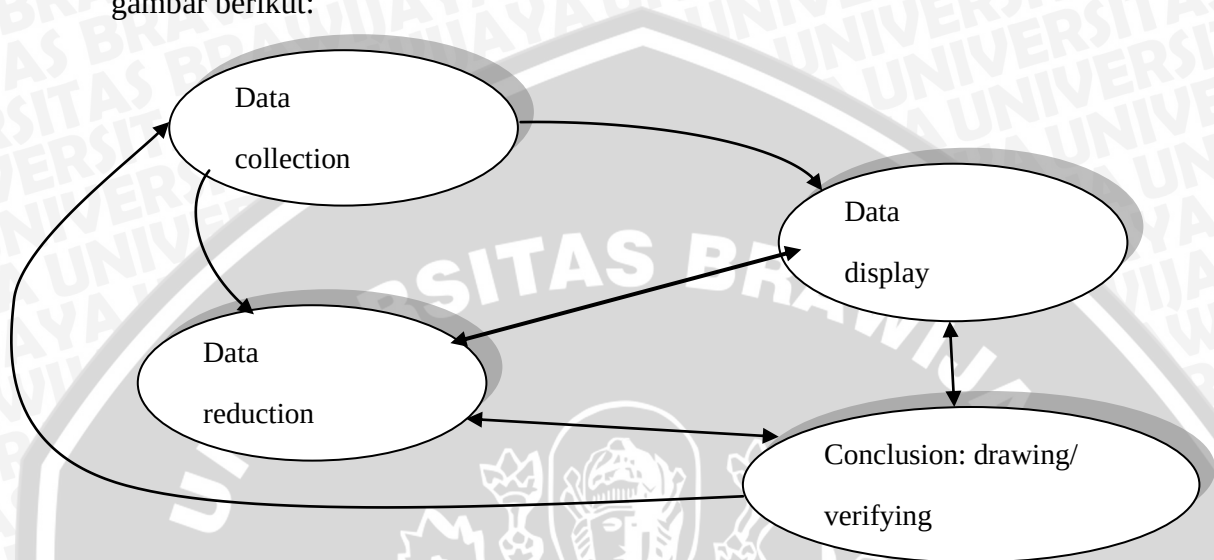
Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data atau penyajian data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Data yang telah diperoleh dari hasil dokumentasi dan hasil wawancara disajikan ke dalam bentuk teks narasi dan table untuk

mengetahui strategi promosi, bentuk promosi, dan sasaran promosi dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, serta *stakeholders*, dukungan dan dampak dari festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*. Setelah itu, data dianalisis, ditinjau, dan dibandingkan berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan pada kajian pustaka sehingga dapat diperoleh hasil apakah ada kesamaan atau perbedaan antara landasan teori dengan hasil yang dicapai. Hal ini agar memudahkan bagi peneliti untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data-data penelitian, sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan.

4. Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Hubberman adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan didapatkan berdasarkan hasil dan pemahaman peneliti atas data yang telah dianalisis, sehingga peneliti dapat memberikan saran serta rekomendasi untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mempromosikan potensi daerah melalui festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*.

Keempat uraian diatas adalah sebuah proses yang saling berkaitan pada saat penelitian berlangsung. Keempat uraian diatas dapat dipointkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Miles dan Hubberman dalam Sugiyono (2013)

(Sumber : Olahan Penulis)

Komponen-komponen diatas saling mempengaruhi dan mempunyai keterkaitan. Untuk awalnya, peneliti melakukan penelitian di lapangan dengan mengadakan wawancara dan observasi yang tergabung dalam tahap pengumpulan data. Setelah data telah terkumpul maka diadakan reduksi data, dan setelah itu barulah data disajikan dalam penyajian data. Apabila ketiga tahapan tersebut telah dilakukan, maka barulah ditarik sebuah kesimpulan atau verifikasi.

H. Keabsahan Data

Dalam tubuh pengetahuan penelitian kualitatif itu sendiri sejak awal pada dasarnya sudah ada usaha meningkatkan derajat kepercayaan data yang disebut

dengan keabsahan data. Moleong (2010, h.320) mengatakan pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.

Yang dimaksud dengan keabsahan data adalah bahwa setiap keadaan harus memenuhi:

1. Mendemonstrasikan nilai yang benar
2. Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan, dan
3. Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya dan kenetralan dari temuan dan keputusan-keputusannya.

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 Inggris 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 Porolinggo (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, tumplek punjen, gredoan, endog-endogan, dan tradisi lainnya (banyuwangikab.go.id).

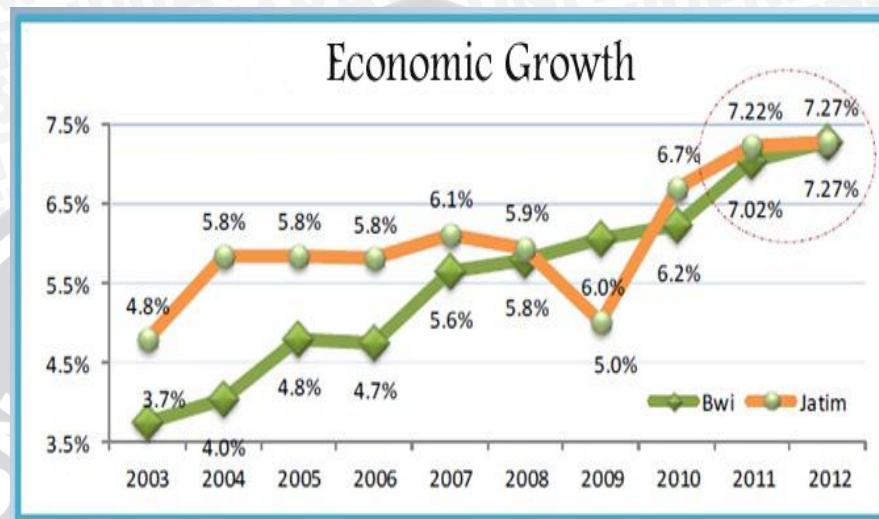
f. Kondisi Perekonomian Kabupaten Banyuwangi

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 diatasnya. 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 pelelengan, 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. huruh 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 surga 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 :

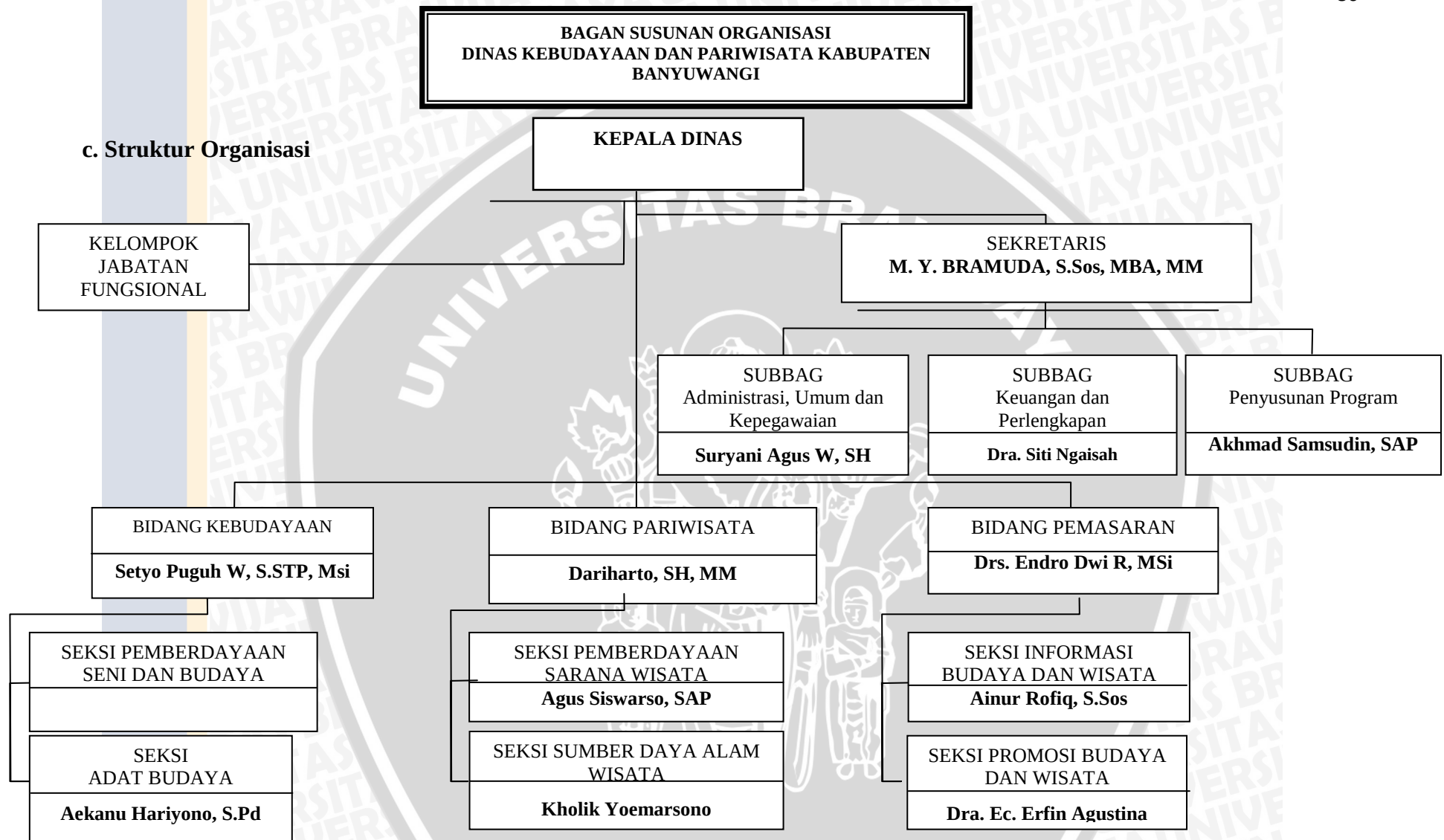
Pariwisata Kabupaten Banyuwangi diperlukan dukungan semua pihak untuk penciptaan kondisi keamanan yang kondusif, bersih, indah, aman, ramah, dan penyediaan sarana dan prasarana pariwisata yang mendorong pertumbuhan sektor kebudayaan dan pariwisata serta membangun citra Kabupaten Banyuwangi sebagai tempat 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 Kepariwisataa ;
- 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 keordinasi 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 Kundaran. 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, sepiantas 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 keija tetap 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://banyuwangiapi.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 Jinggoan, 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 Kundaran. Tarian ini muncul sejak pengaruh Islam masuk Banyuwangi. Pada awalnya para penari Kundaran adalah pria, namun dalam perkembangannya Kundaran ditarikan oleh wanita memakai pakaian gemerlap dengan gerak tari dinamis namun masih tampak keislamannya. Hadrah Kuntulan yang juga disebut kundaran, 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 Kunderan
(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 ubahsui 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 kundan 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 mengalau malapetaka selama musim tanam hingga panen (<httpbanyuwangiapik.blogspot.com201409karnaval-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 usingan 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 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 gathering 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 mensuport, 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, cenderung 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 terlaksanya sapta 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 punya 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 Intreprestasi 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 mentukan 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

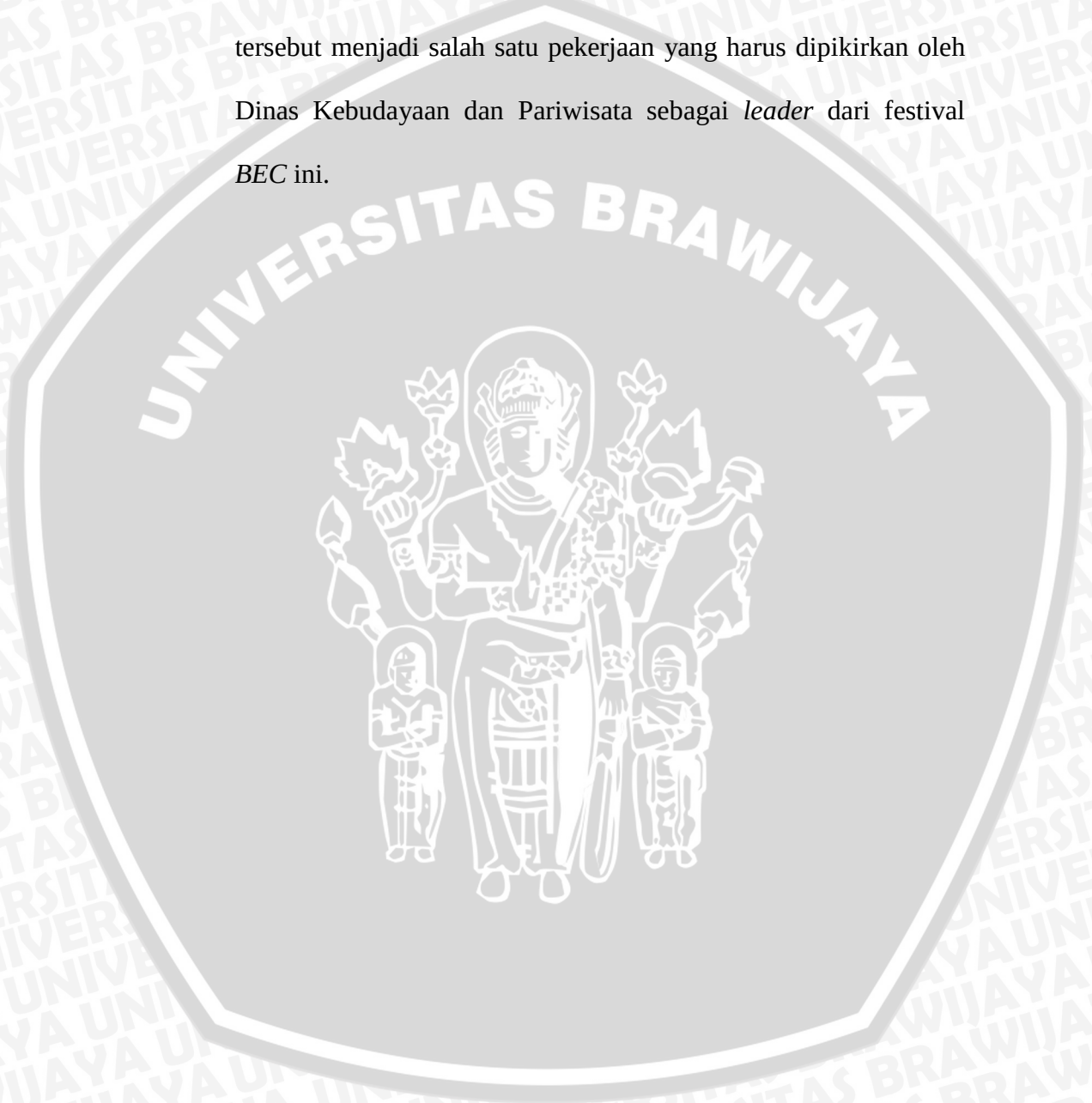
Menurut Muljadi (2009, h.89) faktor-faktor yang mempengaruhi dan mendukung promosi pariwisata salah satunya yaitu *attraction*, yakni segala sesuatu baik itu berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata. Hal ini antara lain meliputi daya 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.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Birokrasi *Entrepreneur* dalam Mempromosikan Potensi Daerah melalui Festival Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)**a. Strategi Promosi dalam Festival Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)**

Dalam kegiatan promosi, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggunakan strategi koordinasi, *friendly system* yaitu sistem yang menyenangkan wisatawan dan *eligible* yaitu apa yang ditampilkan selalu dapat dipertanggung jawabkan keasliannya. Dimana wisatawan disuguhkan inovasi promosi dengan mentransformasi budaya adat asli kedalam bentuk yang unik dan modern yaitu dengan festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*. Namun, dalam transformasi tersebut budaya adat asli tersebut masih dapat dipertanggungjawabkan keasliannya karena dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*, selain menampilkan bentuk transformasinya, juga menampilkan pula budaya adat aslinya. Dan dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* juga dibutuhkan sebuah koordinasi dari *stakeholders-stakeholders* diantaranya dinas-dinas terkait, seniman budayawan senior dan pihak sponsor. Koordinasi dilakukan agar festival *BEC* dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, koordinasi juga diperlukan agar para *stakeholders-stakeholders* tersebut dapat

memberikan dukungan berupa saran, sarana maupun prasarana. Namun, seharusnya semua dinas-dinas yang ada di Kabupaten ikut terlibat dalam festival *BEC* ini, sehingga tugas yang diemban oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak terlalu berat. Dan hal ini juga seharusnya berlaku pada festival-festival lainnya. Jadi, yang terlibat tidak hanya dinas-dinas tertentu saja, tetapi semua dinas harus saling bahu membahu dalam melaksanakan promosi potensi daerah Kabupaten Banyuwangi.

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

Bentuk promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi antara lain dengan periklanan pada media, cetak dan elektronik, media cetak melalui koran, *in flight magazine*, artikel, dan majalah-majalah lainnya. Selain periklanan, promosi dilakukan dalam bentuk *gathering* dimana para birokrat yang menjual langsung paket-paket wisata kepada *stakeholders* yang ada diluar daerah. Ada juga bentuk *family trip*, dimana birokrat mengajak para tamunya untuk berkeliling Banyuwangi dengan tujuan memperlihatkan pariwisata apa saja yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, promosi dilakukan dalam bentuk pameran. Didalam pameran tersebut, para birokrat menjadi tour gaet yang akan memandu para tamu untuk menjelaskan apa-apa saja potensi pariwisata yang dimiliki Banyuwangi. dalam festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* merupakan bentuk dari kegiatan event yang terangkum dalam Banyuwangi Festival.

Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) dipromosikan melalui periklanan dan bentuk parade atau perayaan. Periklanan ditujukan kepada masyarakat agar menjadi mengerti maksud dan arti dari *BEC* dalam bentuk tulisan, sedangkan parade atau perayaannya ditujukan pada masyarakat pula namun dalam bentuk yang nyata. Periklanan festival *BEC* diantaranya melalui media cetak dan media elektronik. Media cetak diantaranya melalui koran lokal maupun nasional, *in-flight magazine* yaitu majalah-majalah yang terdapat pada pesawat terbang, juga ada majalah yang memang dikhususkan untuk *BEC*. Pada media elektronik, *BEC* juga sering diiklankan melalui televisi yaitu pada JTV dan MetroTV. *BEC* disiarkan secara langsung, jadi pada saat *show time* *BEC* banyak media elektronik yang meliput acara tersebut. Tak hanya dari media elektronik saja, namun juga dari media cetak pula. Banyak para reporter dari media cetak yang juga meliput acara *BEC* ini. Sedangkan bentuk perayaan atau parade yaitu dengan dengan menyuguhkan hasil inovasi transformasi budaya adat asli kedalam kostum yang unik, menarik dan tetap etnis. Dan dalam parade ini, peserta berjalan disepanjang jalan protokol yang telah disediakan sepanjang 4 km.

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

Sasaran dari festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* tidak hanya ditujukan kepada daerah saja, namun ditujukan untuk budaya adat asli Banyuwangi, masyarakat, para pengusaha dan untuk Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata tentunya. Sasaran diatas telah terpenuhi dengan adanya *multiplayer* efek dan dampak dari festival *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*. Namun, dampak yang belum dicapai yaitu masalah kebersihan dimana pada saat festival *BEC*, masyarakat yang berjualan maupun masyarakat yang menjadi penonton di disepanjang jalan protokol kurang memperhatikan kebersihan disekililingnya.

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

a. Faktor Pendukung

Dalam festival *BEC* yang menjadi faktor pendukung adalah banyaknya dari pihak yang memberikan dukungan berupa sarana dan tentu saja dengan adanya dukungan tersebut dapat membantu kelancaran festival *BEC*. Selain itu juga adanya antusias yang tinggi dari masyarakat Banyuwangi terhadap festival *BEC* ini.

b. Faktor Penghambat

Yang menjadi faktor penghambat dalam festival *BEC* ini adalah faktor alam yaitu cuaca yang kadang tidak mendukung. Jika cuaca sedang tidak mendukung, tentu saja akan mengulur-ngulur waktu pelaksanaan. Dan faktor penghambat selanjutnya adalah dari biaya, dimana pembuatan kostum yang sampai menghabiskan dana jutaan menjadikan para peserta banyak yang merasa keberatan dan bahkan

ada dari masyarakat yang ingin mengikuti festival *BEC* ini tidak bisa turut serta dikarenakan biaya mahal pada pembuatan kostum.

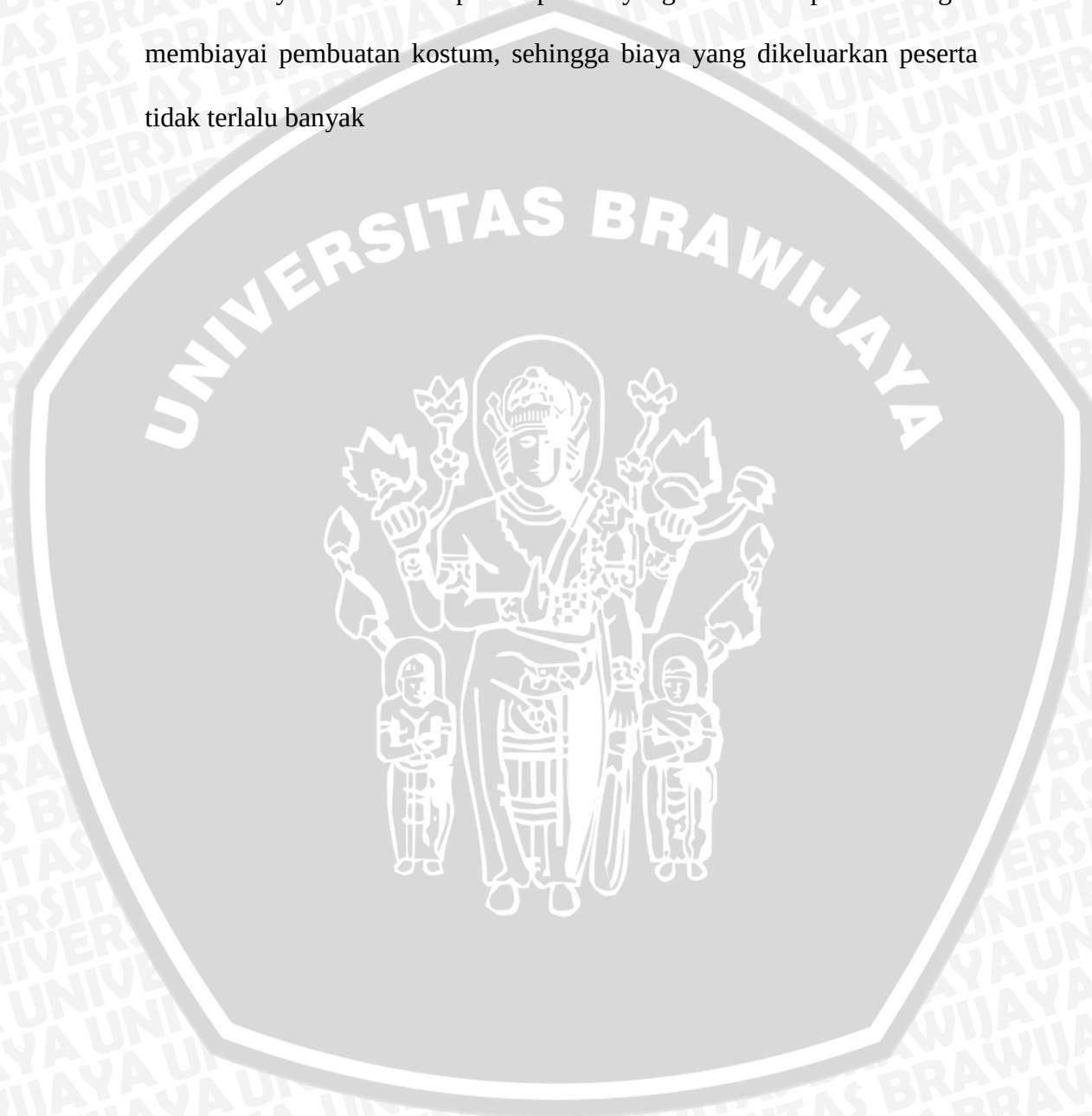
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai upaya perbaikan sebagai berikut :

1. Untuk mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam memberikan dukungan pada kegiatan festival *BEC* sehingga dapat mengurangi pengeluaran anggaran APBD.
2. Keterlibatan dalam kegiatan promosi tidak hanya pada dinas-dinas tertentu, namun agar semua dinas di Kabupaten Banyuwangi juga turut terlibat dalam kegiatan promosi khususnya dalam festival *BEC*. Sehingga promosi yang dilakukan tidak hanya bergantung pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata saja, tetapi harus dilaksanakan bersama-sama dan bahu membahu dari semua dinas.
3. Dengan melibatkan Dinas Kebersihan dan Pertamanan adalah salah satu upaya untuk menjaga kebersihan di sepanjang jalan protokol, namun juga untuk masyarakat baik sebagai penonton maupun pedagang agar tetap menjaga kebersihan dengan tidak membuang sampah sembarangan.
4. Agar pihak sponsor dan masyarakat memberikan dukungan berupa prasarana yang kurang dan sangat dibutuhkan seperti pagar pembatas, sound system, dan lain-lain. Karena kurangnya pagar pembatas akan menyebabkan penonton tidak teratur dan hal tersebut menyebabkan para

peserta *BEC* kesulitan dalam berjalan. Dan agar memperbanyak dari pihak kepolisian dan satpol PP untuk menjaga ketertiban pononton.

5. Untuk adanya inisiatif dari pihak sponsor yang membantu peserta dengan membiayai pembuatan kostum, sehingga biaya yang dikeluarkan peserta tidak terlalu banyak



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wakhid. 2011. Eksistensi Konsep Birokrasi Max Weber dalam Reformasi Birokrasi di Indonesia. *Jurnal TAPIS*, Vol.7 No.13
- Alrasyid M. Harun. 2007. Reformasi Birokrasi. *Jurnal Madani*, Edisi I
- Ajeng, Galuh. 2012. *Strategi Pemasaran pada Objek Wisata dalam upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Brawijaya
- Ari Etika, Imam Hanafi, Romula Adiono. Pengembangan Ekonomi Lokal Dalam Sektor Pertanian. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 1, No. 4
- Banyuwangi Apik. 2012. Karnaval Banyuwangi Ethno Carnival diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://httpbanyuwangiapik.blogspot.com/2014/09/karnaval-banyuwangi-ethno-carnival.html>.
- Banyuwangi Festival. 2013. Banyuwangi Ethno Carnival diakses pada 28 April 2014 dari <http://httpbwifestival.com/agenda/event/167.html>
- Banyuwangi Tourism. 2012. Kesenian Damarwulan diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://httpwww.eastjava.com/tourism/banyuwangi/inadamarwulandance.html>.
- Bintoro Tjokroamidjojo. 1974. *Pembangunan Administrasi Pembangunan*. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial: Jakarta.
- Darmadi dan Sukidin. 2009. *Administrasi Publik*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. *Panduan Wisata*. Banyuwangi: Banyuwangi Regency Culture and Tourism Service
- Dunianya T.A.S.I.M. 2010. Wisata Budaya: Barong Banyuwangi diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://httpaseem-akbar.blogspot.com/2010/09/barong-banyuwangi.html>.
- Frinces Heflin. 2008. *Manajemen Reformasi Birokrasi*. Cetakan Pertama. Dialihbahasakan oleh Mohammad Asmawi. Jogjakarta: Mida Pustaka.
- Gustati dan Ferdawati. 2009. Sinergitas Good Governance, Demokrasi, dan Reinventing Government dalam Mensejahterakan Masyarakat. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*., Vol 4 No.1 ISSN 1858-3687
- Handayaniingrat, Soewarno. 1984. *Administrasi Pemerintahan dalam Pembangunan Nasional*. Jakarta: PT. Gunung Agung.

Handoko. 2013. Sejarah dan Pengertian Ritual Seblang dari Banyuwangi diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://httpmacam-macam-tarian-daerah.blogspot.com/2013/10/sejarah-dan-pengertian-ritual-seblang.html>.

Harun, M. Alrasyid. 2007. Reformasi Birokrasi. *Jurnal Madani Edisi I*.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga

Kusmifati, Nomitasani. 2012. *Kemitraan Perum Perhutani Kesatuan Pemangku Hutan Tuban dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan dalam Program Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat Plus*. Skripsi.

Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Muhammad. 2013. Pengembangan Pariwisata, Kota Batu Disuntik Dana 11 Miliar diakses pada 11 April 2014 dari <http://surabaya.bisnis.html>

Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers

Nurdi, Krisma. 2008. *Pemberdayaan Anak Jalanan*. Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Oktaviani dan Sardjito. 2012. Pengembangan Industri Berbasis Perikanan dengan Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal di kab.Tuban. *Jurnal Teknik Pomits*. Vol. 1, No.1

Pasolong, Harbani. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Alfabeta : Bandung

Pusaka Jawatimuran. 2013. Tari Gandrung Banyuwangi diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://httpwww.jawatimuran.wordpress.com/2013/01/25/tari-gandrung-banyuwangi.html>

Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Tahun 2010-2015

Said, Mas'ud. 1996. *Entrepreneurship dikalangan Pejabat Daerah*. Naskah Publikasi. Malang:Program Pasca Sarjana Universitas Muhamadiyah Malang.

Sjafrizal. 2008. *Ekonomi Regional*. Padang: Praninta Offset.

Sjamsudin dan Wilopo. 2006. *Seminar Nasional Memwirausahakan Birokrasi untuk Menyejahterakan Rakyat*. PT. Danar Wijaya: Malang, Brawijaya University Press.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Alfabeta

Supriyadi, Edi. 2007. Telaah Kendala Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol.18, No.2

Syafrudin, Ateng. 1993. *Perencanaan Administrasi Pembangunan Daerah*. Bandung: Mandar Maju.

Tjiptoherijanto dan Mandala. 2010. *Paradigma Administrasi Publik dan Perkembangannya*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)

Tourism News. 2011. Asal Usul Ritual Kebo-Keboan diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://http://tourismnews.co.id/categoryart-cultureasal-usul-ritual-kebo-keboan-banyuwangi.html>.

Wahab Salah., L.J. Crampon, dan L.M. Rothfield. 1988. *Pemasaran Pariwisata*. Dialihbahasakan oleh Frans Gromang. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Winarno Budi. *Implementasi Konsep "Reinterving Government" dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah*. Skripsi.

WordPress. Kuntulan dan Kundaran diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://http://www.gobanyuwangi.com/seni-budaya-2kesenian-kuntulan-kundaran.html>.

Yoehansyah Alif, Bambang Santoso dan Minto Hadi. Upaya Pengembangan Obyek Wisata Bunga dalam Pembangunan Ekonomi Lokal. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol 1, No.1

Yoeti Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Pradnya Paramita.



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA

Jalan A. Yani 78 Phone : (0333) 424172 Fax. (0333) 412851
www.banyuwangitourism.com - www.pariwisata.banyuwangkab.go.id
email : pemasaran@banyuwangitourism.com
BANYUWANGI - EAST JAVA - INDONESIA 68415

SURAT – KETERANGAN

Nomor : 556/ 1372/429.112/2014

Yang bertanda tangan di bawah ini Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi menerangkan dengan sebenarnya bahwa Mahasiswi Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang bernama :

FEBY ELVIRA HEFANI

NIM : 105030101111138

Telah melaksanakan penelitian skripsi dengan judul “Birokrasi Entrepreneur dalam Mempromosikan Potensi Daerah” (Study pada Banyuwangi Ethno Carnival oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi) pada tanggal 19 Mei s/d 21 Juli 2014.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapatnya dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banyuwangi, 25 Juli 2014

Plt. KEPALA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
KABUPATEN BANYUWANGI



M. Y. BRAMUDA, S.Sos, MBA, MM

Pembina Tingkat I

NIP. 19730126 199201 1 001





PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan KH.Agus Salim No 109 Telp.0333 – 425119
 BANYUWANGI 68425

Banyuwangi, 19 Mei 2014

Nomor : 072/21 /REKOM/429.204/2014
 Lampiran : -
 Perihal : Rekomendasi Riset

Kepada
 Yth. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
 Kabupaten Banyuwangi
 di -

BANYUWANGI

Menunjuk Surat : Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
 Tanggal : 14 Mei 2014
 Nomor : 6005/UN10.3/PG/2014
 Bersama ini diberitahukan
 Nama : FEBY ELVIRA HEFANI
 NIM : 10503010111138
 Bermaksud melaksanakan Riset :
 Judul : Birokrasi Entrepreneur Dalam Mempromosikan Potensi Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)
 Tempat : Dinas Kebudayaan dan pariwisata kabupaten Banyuwangi Banyuwangi
 Waktu : 19 Mei 2014 s/d 21 Juli 2014

Sehubungan dengan hal tersebut apabila tidak mengganggu kewenangan dan ketentuan yang berlaku di Instansi Saudara, dimohon saudara untuk memberikan bantuan berupa tempat, data / keterangan yang diperlukan dengan ketentuan kepada peserta:

1. Wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di Instansi setempat.
2. Melaporkan hasil Penelitian dan sejenisnya kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Banyuwangi.

Demikian untuk menjadi maklum.

An. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 KABUPATEN BANYUWANGI
 Kabid Bina Ideologi Pembauran, Wawasan kebangsaan
 dan Kasubbid Wawasan Kebangsaan



Tembusan :

Kepada Yth.
 Kepala Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
 Universitas Brawijaya Malang

SUBALI KADHIARTO WAJOYO

Penata Tk. I

NIP. 19590916198003 1 009



Lampiran 1

Pedoman Wawancara

A. Untuk birokrat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

1. Bagaimanakah langkah-langkah yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mempromosikan potensi daerah, yang terdiri dari :
 - a. Strategi promosinya
 - b. Bentuk-bentuk promosinya
 - c. Sasaran promosinya
2. Salah satu promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan potensi daerah yaitu dengan diadakannya festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*).
 - a. Apa itu BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?
 - b. Bagaimana strategi promosi dalam festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?
 - c. Siapa saja *stakeholders* yang terlibat dalam BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*)?
 - d. Apa saja bentuk dukungannya dan dari siapa saja dukungan-dukungan tersebut (mulai dari anggaran, infrastruktur, sarana dan prasarana) ?
 - e. Apa sajakah dampak dari adanya festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?
3. Adakah faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan potensi daerah secara umum ? dan adakah faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?

B. Untuk seniman dan budayawan

1. Apa yang anda ketahui tentang BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?
2. Sejauh mana peran anda dalam festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?

3. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?
4. Apa harapan anda dengan adanya festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) ?

Lampiran 2

A. Foto Lokasi Penelitian



B. Foto Tata Panggung dalam Festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*)



C. Foto Pelaksanaan Festival BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*)



CURRICULUM VITAE PENULIS

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Feby Elvira Hefani
 Tempat/Tgl Lahir : Banyuwangi, 4 Februari 1992
 Umur : 22 Tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan (Female)
 Agama : Islam
 NIM : 105030101111138
 Fakultas/ Jurusan : Ilmu Administrasi (FIA) / Administrasi Publik
 Universitas : Brawijaya Malang
 Alamat Rumah : Jalan. Andalas No. 11, RT02/RW01 Kelurahan Singotrunan,
 Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi

No. Telp Rumah : -
 No. HP : 081934889090
 E-mail : febyelvira@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

No.	Pendidikan Formal	Tahun
1.	SDN 1 Kapatihan	1997-2004
2.	SMPN 1 Giri	2004-2007
3.	SMAN 1 Giri	2007-2010

