

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.

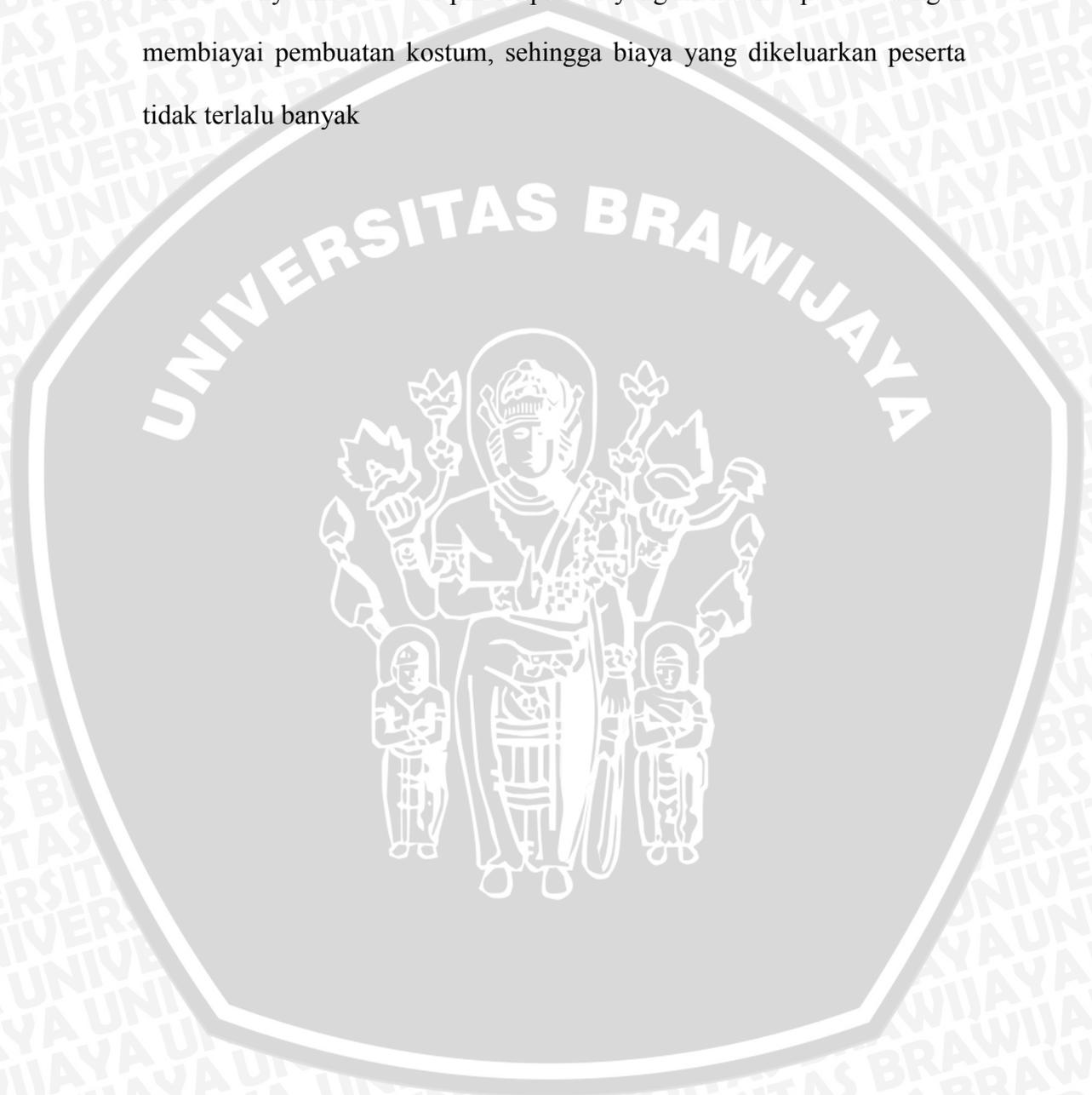
B. Saran

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 penonton.

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/agendaevent167.html>
- Banyuwangi Tourism. 2012. Kesenian Damarwulan diakses pada 22 Oktober 2014 dari <http://httpwww.eastjava.com/tourismbanyuwangiinadamarwulandance.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 [//httpmacam-macam-tarian-daerah.blogspot.com/2013/10/sejarah-dan-pengertian-ritual-seblang.html](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 <httpsurabaya.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://tourismnews.co.id/category/art-culture/asal-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 Kunderan diakses pada 22 Oktober 2014 dari http://www.gobanyuwangi.com/seni-budaya-2kesenian-kuntulan-kunderan.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.