



## Banyuwangi Festival Penggerak Ekonomi Masyarakat: Persepsi terhadap Citra Banyuwangi Kota Festival

Fian Kanafi<sup>1</sup>, Syifa Syarifah Alamiyah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: [fiankanafi13@gmail.com](mailto:fiankanafi13@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-02  <b>Keywords:</b> <i>Public Perception; The Image of Banyuwangi Regency; City of Festival.</i>	The image of Banyuwangi City Festival starts from organizing the Banyuwangi Festival program. The image of Banyuwangi Santet City has experienced a good image change to Banyuwangi City Festival. This change is felt to have a positive impact on various groups in Banyuwangi Regency. In addition, the implementation of the festival program has succeeded in supporting several sectors in Banyuwangi Regency, such as the economic sector, community MSMEs, and the tourism sector. Based on Michael R. Solomon's perception theory and Frank Jafkins' image theory, using qualitative research methods, the results revealed that there are three types of images attached to Banyuwangi Kota Festival. The image of the Festival City is able to have a positive impact on the economic sector and improve a better image. However, the organization of the festival is still not balanced with equal quality aspects.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-02  <b>Kata kunci:</b> <i>Persepsi Masyarakat; Citra Kabupaten Banyuwangi; Kota Festival.</i>	Citra Banyuwangi Kota Festival dimulai dari penyelenggaraan program Banyuwangi Festival. Citra Banyuwangi Kota Santet mengalami perubahan citra yang baik menjadi Banyuwangi Kota Festival. Perubahan tersebut dirasa memberikan dampak positif untuk berbagai kalangan di Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, penyelenggaraan program festival berhasil mendukung beberapa sektor di Kabupaten Banyuwangi, seperti sektor ekonomi, UMKM masyarakat, dan sektor pariwisata. Ditinjau dari teori persepsi Michael R. Solomon dan teori citra Frank Jafkins, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat tiga jenis citra yang melekat terhadap Banyuwangi Kota Festival. Citra Kota Festival mampu memberi dampak positif pada sektor ekonomi serta perbaikan citra yang lebih baik. Kendati demikian, penyelenggaraan festival masih belum diimbangi dengan aspek kualitas yang setara.

### I. PENDAHULUAN

Sebuah citra mampu menunjukkan eksistensi organisasi melalui pandangan masyarakat. Pembentukan citra tidak terlepas dari peran *public relations* dalam membangun komunikasi dengan masyarakat. McElreath, 1966 (dalam Johnston & Zawawi, 2000) mendeskripsikan tentang manajemen fungsi komunikasi untuk memfasilitasi sebuah hubungan dan pemahaman antara organisasi dan masyarakat. Akan tetapi, masyarakat memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap citra yang dibentuk. Pada dasarnya Kasali, 2003 (dalam Pontoh et al., 2014) berpendapat bahwa citra merupakan cerminan identitas pada sebuah perusahaan atau organisasi. Organisasi tersebut dapat memiliki citra yang berbeda menurut pandangan masyarakat yang berbeda pula.

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi memperkuat citra sebagai Banyuwangi Kota Festival melalui program Banyuwangi Festival. Namun demikian, terdapat kekhawatiran bahwa masyarakat Kabupaten Banyuwangi memiliki

ketertarikan yang rendah terhadap penyelenggaraan program Banyuwangi Festival. Hal ini berhubungan dengan citra Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival dari sudut pandang masyarakat. Sehingga persepsi masyarakat terhadap citra Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival menjadi suatu hal yang dipertanyakan.

Program Banyuwangi Festival dimulai sejak tahun 2012 dengan awal penyelenggaraan yakni berjumlah 12 *event*. Seiring dengan perkembangan, jumlah *event* mengalami penambahan dengan total terbanyak yakni 99 *event* pada tahun 2019. Puncak fenomenal dalam kalender Banyuwangi Festival setiap tahunnya adalah penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu (Purwowibowo, 2020). Sebagai daerah yang kental dengan nilai budaya, maka Kabupaten Banyuwangi menggaungkan salah satu budaya yang menjadi sorotan untuk bahan pembentukan citra daerahnya. Tari Gandrung merupakan kesenian yang melekat kuat pada Kabupaten Banyuwangi sebagai identitas budaya.

Penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu menjadi *icon* unggulan dalam program Banyuwangi Festival yang digelar hanya satu tahun sekali di Pantai Boom, Kabupaten Banyuwangi, diikuti dengan peserta berjumlah seribu siswa dan mahasiswa (Novitasari & Cahyono, 2023). Festival Gandrung Sewu sebagai salah satu puncak acara yang selalu dinanti dalam berbagai *event* yang disajikan dalam kalender Banyuwangi Festival. Masyarakat di Indonesia mengadopsi beberapa nilai, budaya, dan norma yang berasal dari luar melalui saluran media. Nilai serta budaya tersebut tidak semua memiliki jalan yang sama dengan nilai serta identitas nasional bangsa Indonesia. Media memiliki peran besar dalam penyaluran utama untuk penyebaran nilai dan norma asing. Interaksi antarbudaya terutama dalam pariwisata dapat menjadi media peralihan serta transfer nilai budaya (Syarifah & Kusuma, 2016)

Beberapa data awal ditemukan oleh peneliti menunjukkan tentang tanggapan masyarakat Kabupaten Banyuwangi terhadap penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu 2023. Mayoritas data yang ditemukan menunjukkan bentuk kontra masyarakat terhadap penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu, sehingga hal ini menjadi pertanyaan besar tentang persepsi masyarakat terhadap citra Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival. Data berikut juga merupakan komentar pada postingan akun *Instagram* @banyuwangi\_tourism tentang Festival Gandrung Sewu 2023.



**Gambar 1.** Komentar Instagram @banyuwangi\_tourism



**Gambar 2.** Komentar Instagram @banyuwangi\_tourism

Berdasarkan pemaparan data awal dari peneliti, menunjukkan bahwa diperlukannya kerjasama dari berbagai pihak di Kabupaten Banyuwangi untuk memperbaiki penyelenggaraan dalam Festival Gandrung Sewu guna mempertahankan citra sebagai Kota Festival. Tidak hanya peran dari masyarakat, namun juga peran dari pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Permasalahan yang dirasakan tanpa disertai perbaikan berpotensi terhadap daya tarik masyarakat yang menurun terhadap penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu. Dengan seiring waktu dan perkembangan teknologi, masyarakat akan beralih dari budaya daerah ke budaya luar. Tentu hal tersebut perlu menjadi perhatian pemerintah daerah.

Berdasarkan data dan pemaparan yang peneliti sampaikan, masyarakat memiliki peran penting dalam citra yang dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival. Festival Gandrung Sewu selalu digadag-gadangkan menjadi *icon* utama pada pembentukan citra Banyuwangi Kota Festival. Masyarakat Kabupaten Banyuwangi memiliki peran penting dalam penilaian terhadap citra yang dibangun. Dalam hal ini, peneliti memiliki fokus penelitian untuk mengkaji tentang Persepsi Masyarakat Terhadap Citra Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival.

## II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang menerapkan teknik penelitian dengan menggunakan narasi atau kata-kata dalam memberikan penjelasan serta menjabarkan makna dari sebuah fenomena, gejala, atau pun situasi sosial tertentu. Peneliti memiliki peran sebagai instrumen kunci untuk memberikan pemaknaan serta interpretasi

terhadap fenomena, gejala, atau pun situasi sosial tertentu. Oleh karena itu, peneliti diharuskan menguasai teori untuk dapat melakukan analisis kesenjangan yang terjadi antara konsep teoritis dengan fakta yang ada (Waruwu, 2023). Menurut Moleong, 2004 (dalam Putri & Alamiyah, 2022)) menyebutkan bahwasanya penelitian kualitatif merupakan jenis prosedur penelitian yang dapat menghasilkan sebuah data deskriptif. Data tersebut dalam bentuk kata-kata atau lisan yang bersumber dari individu dan perilaku yang dapat diamati. Pada hal ini berkaitan dengan tujuan dari peneliti untuk melakukan kajian serta analisis tentang Persepsi Masyarakat Terhadap Citra Kabupaten Banyuwangi Sebagai Kota Festival.

Data yang digunakan untuk melakukan kajian pada penelitian ini dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi. Ada pun teknisi wawancara dilakukan secara langsung melalui lokasi informan masing-masing. Teknik wawancara pada metode kualitatif memiliki beberapa tantangan tersendiri dalam proses penelitian yang dilakukan. Analisis dan data wawancara yang diperoleh peneliti bergantung pada peneliti itu sendiri yang berperan dalam melakukan analisis dan mengolah data. Akan tetapi, penerapan teknik wawancara dapat memberikan keunggulan berupa detail data yang akan didapat (Hansen, 2020).

Teknik observasi sebagai bentuk pengumpulan data secara visual. Menurut Adler & Adler, 1987: 78; Anderson & Mayer, 1988: 32; Denzin & Lincoln, 2009: 523 (dalam Hasanah 2016) teknik observasi merupakan kegiatan yang di dalamnya meliputi kemampuan indera penglihatan, pendengaran, sentuhan, serta cita rasa yang didasarkan pada fakta empiris (Hasanah, 2016). Teknik observasi dilakukan dengan menganalisis data yang didapat melalui komentar masyarakat Kabupaten Banyuwangi di *Instagram @banyuwangi\_tourism*. Lokasi penelitian berada di wilayah Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, Indonesia.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Persepsi Masyarakat Terhadap Program Banyuwangi Festival

Hasil data dari beberapa informan menunjukkan bahwa mereka memiliki persepsi positif dan mengapresiasi penyelenggaraan program Banyuwangi Festival.

#### Informan 4

*"Ya, menurutku Banyuwangi Festival itu bagus. Secara apa ya? Karena kita mengacu pada bupati-bupati sebelumnya. Pak Anas lah. Tapi sejak programnya Pak Anas yang mengumpulkan pariwisata, itu tuh menurutku APBD kita tuh jadi semakin tinggi karena festival. Sama akhirnya UMR kita juga ikut naik. Nah itu positif-positifnya ada di situ juga. Faktor ekonomi, UMKM masyarakat, karena setiap festival juga muter ekonomi masyarakat."*

Informan 6 yang menyebutkan bahwasanya Banyuwangi Festival mampu untuk menjadi *icon* untuk Kabupaten Banyuwangi. *Icon* tersebut berhasil mengubah citra Kabupaten Banyuwangi dulu yang dikenal sebagai julukan Kota Santet menjadi Kota Festival.

#### Informan 6

*"Kalau memaknainya dari diriku sendiri terkait Banyuwangi Festival itu 'Icon' dari Banyuwangi. Soalnya kan sebelumnya Banyuwangi itu loh, 'Dukun Santet' itu. Paling kan kayak gitu kan makna bagi orang-orang pas dulu ya. Tapi kalau sekarang, 'Banyuwangi itu loh sebelum ke Bali, kamu harus ke Banyuwangi dulu banyak banget destinasiya', kayak gitu. Jadi secara nggak langsung makna dari Banyuwangi Festival itu 'Icon' kalau bagi pendapat saya. Karena setiap bulan itu ada eventnya, setiap minggu kadang juga ada. Ya wes kalau ditanya maknanya apa, maknanya jadi iconnya Banyuwangi."*

##### 2. Persepsi Masyarakat Terhadap Aspek Informasi, Transportasi, dan Fasilitas Umum dalam Menunjang Program Banyuwangi Festival

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mendukung segala bentuk kemudahan akses bagi masyarakat terutama dalam menunjang kegiatan Banyuwangi Festival. Menurut Kepala Bidang Atraksi dan Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, pemerintah giat membangun RTH (Ruang Hijau Terbuka) dengan menambahkan wifi gratis yang dapat diakses oleh masyarakat sekitar. Hal tersebut dilakukan sebagai implementasi dukungan pemerintah dalam meratakan fasilitas umum di seluruh daerah.

## Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

*"Ngomong terkait dengan Banyuwangi Festival, tentunya tidak heran kalau di beberapa wilayah, kecamatan, dan desa itu kita lakukan, apa namanya, kita ciptakan RTH. Tahu ya RTH? Ruang Terbuka Hijau. Nah, di situ pasti juga akan kami fasilitasi dengan yang pertama, sarana olahraga, kemudian yang terpenting adalah WIFI gratis. Nah, pasti kalau di RTH-RTH pasti kan ada WIFI gratis."*

Ketersediaan toilet umum dalam penyelenggaraan event Banyuwangi Festival menimbulkan beberapa persepsi dari masyarakat Kabupaten Banyuwangi. Menurut informan 1, pada beberapa lokasi penyelenggaraan event Banyuwangi Festival telah disediakan toilet sebagai fasilitas umum. Akan tetapi, jumlah ketersediaan toilet umum tersebut tidak sesuai dengan banyaknya pengunjung yang mendatangi event terselenggara.

### Informan 1

*"Toilet ada mungkin satu, cuman kata aku fasilitasnya tuh enggak yang bagus-bagus banget, ya kurang lah. Dan kadang tuh disediakan tuh sedikit, udah tahu eventnya tuh gede yang masyarakat itu pasti datang gitu kan, yang enggak punya tiket pun pasti bisa datang. Diisiin paling tiga atau enggak dua, tapi jaraknya tuh jauh-jauh gitu loh. Kayak cuman dua titik doang atau tiga toilet, itu masih kurang membantu untuk aku. Apalagi yang datang orang seribu ya, terus toiletnya cuma tiga gitu, kan enggak mungkin gitu ya."*

Terkait akses transportasi untuk masyarakat dalam penyelenggaraan Banyuwangi Festival juga dirasakan beberapa persepsi. Informan 2 menyatakan bahwasanya transportasi umum di Kabupaten Banyuwangi masih belum memadai.

### Informan 2

*"Sebenarnya kalau jalan akses karena aku ngikutin dua festival dan tempatnya udah proper, gak ada masalah. Cuma satu sih masalahnya di Banyuwangi itu. Kendaraan umum, dia gak punya kendaraan umum yang proper untuk membawa orang-orang yang mau mengikuti festival. Mau itu festivalnya di daerah kota atau*

*misalnya di beberapa kecamatan, kayak misalnya Kemiren, kayak gitu. Itu aksesnya malah lebih susah lagi untuk kendaraan umum. Dan kalau misalnya kan ada Gojek, Grab, Gojek dan Grab tuh juga gak semuanya mau, apalagi kayak ke Kemiren gitu kan. Gak semuanya mau juga gitu."*

Penyebaran informasi terkait penyelenggaraan Banyuwangi Festival tentu perlu dilakukan. Pemerintah Daerah selalu melakukan *launching* terkait kalender Banyuwangi Festival setiap tahunnya. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi turut aktif dan gencar menyebarkan segala informasi terkait kalender Banyuwangi Festival melalui sosial media. Didukung dengan beberapa fitur dan *update* terkini, tentunya informasi tersebut mudah diakses baik bagi masyarakat lokal maupun masyarakat luar.

### Informan 6

*"Kalau akses dari informasi of course yang paling atas top tier itu dari sosial media ya. Soalnya kan kita itungannya generasi muda pasti megang entah Instagram, TikTok, atau apa. Pasti kan kita lihat di FYP atau di beranda itu pasti muncul. Yang kedua pasti lihat dari billboard. Kalau misalkan ke jalan raya itu pasti ketempel, ada Januari, Februari, Maret, April, Mei itu acara itu eventnya apa aja itu ada di billboard. Jadi secara nggak langsung pas kita nunggu di lampu merah sekalian lihat jadwalnya gitu loh. Jadi tahu sih."*

### Informan 7

*"Akses informasi mostly dari IG sih. Dari IG, ya dari omongan ya, kayak kadang aja tuh di rumah tuh ada ininya loh, ada namanya amplop, isinya tuh undangan. Terus terkadang tuh ada brosur yang isinya tuh kayak daftar, apa sih namanya, daftar acara selama setahun tuh apa aja gitu, sama tanggal-tanggalnya."*

### 3. Persepsi Masyarakat Terhadap Citra Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival

Terselenggaranya program Banyuwangi Festival yang rutin diadakan setiap tahun menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat di luar Kabupaten Banyuwangi. Program festival tersebut mampu mengundang wisatawan luar kota dan

mancanegara untuk datang ke Kabupaten Banyuwangi demi menyaksikan event yang ada. Pada tahun 2019 Banyuwangi berhasil membangun program Banyuwangi Festival sebanyak 99 program festival. Setiap tahunnya, pemerintah Kabupaten Banyuwangi masih giat dalam memperbarui banyak konsep untuk kalender Banyuwangi Festival. Penyelenggaraan program Banyuwangi Festival tersebut berhasil dalam menjadikan Kabupaten Banyuwangi dinobatkan sebagai Kota Festival terbaik pada tahun 2018.

#### **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

*"Jadi begini, memang Banyuwangi sudah dinobatkan sebagai kota terbaik nasional, sebagai Kota Festival. Nah ini sebenarnya kan festival ini merupakan salah satu upaya dari pemerintah daerah itu untuk meningkatkan arus kunjungan wisatawan ke Banyuwangi. Salah satunya adalah melalui festival. Jadi untuk Banyuwangi Festival sendiri itu yang menjadi pembeda dengan daerah-daerah lain, kalau di Banyuwangi itu kita pasti akan melibatkan masyarakat. Kalau daerah-daerah lain mungkin merupakan sebuah program dari pemerintah yang dilaksanakan yang dibiaya oleh APBD. Tapi kalau Banyuwangi ini hampir 80% lebih itu swadaya masyarakat."*

Persepsi dari masyarakat tentunya akan sangat beragam. Sebab persepsi bersifat subjektif, sedangkan masyarakat terdiri dari sekumpulan individu yang memiliki pemikiran, pemahaman, serta pandangan yang berbeda-beda. Persepsi satu individu dengan individu lainnya bisa jadi memiliki pandangan yang berbeda. Persepsi dapat mengarah ke hal yang positif, namun juga dapat mengarah pada makna negatif. Stephen P. Robbins (Simbolon, 2008) memberikan definisi bahwa persepsi adalah sebuah proses yang dilakukan oleh individu untuk melakukan organisasi, penafsiran, serta menginterpretasi suatu kesan dari indera agar dapat memberikan makna bagi lingkungan di sekitar mereka.

#### **Informan 1**

*"Jujur, mengakui Banyuwangi sebagai Kota Festival. Tapi menurut aku itu hanya untuk orang Banyuwangi sendiri. Karena orang Banyuwangi kan tau ya festival*

*sebanyak itu, sedangkan orang dari luar itu taunya ya festival yang gede-gede aja. Jadi, kayak orang luar itu taunya Banyuwangi punya festival satu, dua, tiga aja. Padahal kan sebenarnya setiap bulan itu ada kan."*

#### **Informan 4**

*"Rada rumit juga sih, karena Banyuwangi itu sebenarnya ngadain event juga gak gede-gede banget gitu loh. Nanggung-nanggung eventnya. Festival Gandung Sewu itu besar, menurut media. Tapi menurut sudut pandang orang Banyuwangi, berapa persen orang Banyuwangi yang dari hatinya memang pingin nonton Gandung Sewu. Selain ada tujuan tertentu. Kayak aku, nonton Gandung Sewu bukan karena seneng. Tapi karena tanggung jawabku sebagai media aja. Selesai sudah."*

Informan lain menyebutkan bahwasannya program Banyuwangi Festival akan lebih baik jika ditingkatkan dari segi kualitas. Mengadakan sebuah kegiatan festival yang sederhana, namun memiliki makna besar akan terasa lebih memikat dibanding dengan banyak festival yang masih sulit terkoordinir.

#### **Informan 2**

*"Kan selama ini, citranya dulu sih, Kota Santet. Terus abis itu beralih ke Kota Festival. Bener. Kalau aku sih maunya Banyuwangi malah jadi Kota Wisata. Sekarang-sekarang ini kayaknya memang tadi udah aku jelasin kan, Banyuwangi Kota Festival udah mulai bergeser ke Banyuwangi sebagai Kota Wisata. Dan karena sudah mulai bergeser, kata aku lebih baik pemerintah lebih nge-push di tempat wisatanya dibandingkan di festivalnya. Coba tawarkan. Bukan tawarkan ya. Maksudnya coba adakan festival-festival yang sederhana tapi punya makna yang besar. Dan punya impact yang besar. Salah satu contohnya tadi Gandrung Sewu. Gitu. Terus juga Banyuwangi Beach Festival sebagai festival yang bisa mengakomodir anak-anak muda."*

#### **Informan 3**

*"Kadang-kadang terlalu berlebihan ya. Maksudnya terlalu ini, kayak menyentuh, enggak menyentuh sih. Itu tadi ada-ada plus minusnya. Kayak apa-apa jadi semacam di-*

*commercialing gitu kan. Tapi ya kayak itu bagian dari pengemasan-pengemasan potensi atau apa yang lain gitu kan jadi plus minus juga sih. Yang paling realistis kalau menurutku ya Kota Wisata. Kota yang penduduknya juga kultural, ya dari budayanya juga. Jadi festival itu terlalu apa ya, modernisasi yang dimaksain gitu.”*

Sektor ekonomi pada Kabupaten Banyuwangi mengalami perputaran dengan berpusat pada kegiatan festival. Hal ini ditegaskan oleh beberapa informan yang menyatakan bahwa kegiatan Banyuwangi Festival berhasil menghidupkan Kabupaten Banyuwangi dengan kunjungan wisatawan. Sehingga hal tersebut berhasil untuk mendorong sektor UMKM di Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, kemajuan yang pesat pada Kabupaten Banyuwangi sejak menyelenggarakan Banyuwangi Festival, menjadikan Kab. Banyuwangi sebagai Kabupaten percontohan bagi daerah lain.

#### **Informan 5**

*“Ya.. Banyuwangi Kota Festival. Ya penting itu tadi. Untuk menggerakkan ekonomi tadi. Misal nih tiba-tiba Banyuwangi bukan lagi Kota Festival dan semua festivalnya dicabut. Maka itu juga akan berpengaruh ke orang-orang sekitar di sana. UMKM di sana. Akhirnya mereka mau lagi nggak ngidupin festival-festival mereka itu. Akhirnya kan banyak orang nggak tahu juga. Kayak gitu. Yang aku tahu sebagai kabupaten percontohan sih lebih banyak gitu. Karena dilihat dari kunjungan-kunjungan dari pemerintah-pemerintah daerah lainnya. Banyak banget yang belajar di Banyuwangi.”*

#### **Informan 6**

*“Kalau memandangnya bagus ya. Karena yang itu tadi dari perkembangannya pas 2012 sampai sekarang Banyuwangi Festivalnya itu lebih tersusun rapi gitu loh. Kemudian namanya festival-festivalnya juga lebih tersusun rapi. Banyak event-event baru. Jadi ya semakin bagus aja kalau ditanya citranya untuk sekarang. Jadi sejauh ini untuk citra pemerintah ke festivalnya buat jadiin Banyuwangi Kota Festival itu berhasil gitu loh hitungannya. Karena semakin tahun, semakin kesini, semakin tersusun rapi, semakin rata*

*aksesnya. Dan semua fasilitasnya semakin bagus.”*

## **B. Pembahasan**

### **1. Dampak Positif pada Sektor Ekonomi dan Perbaikan Citra “Banyuwangi Kota Santet”**

Dalam studi persepsi, menurut Elen, 2023 (dalam Nisa et al., 2023) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi salah satunya adalah bentuk perhatian. Hal ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh beberapa informan yang masing-masing memiliki pemaknaan yang berbeda terkait program Banyuwangi Festival. Informan 4 memberikan fokus perhatiannya terhadap sektor perkembangan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi. Para informan tersebut memberikan persepsi terhadap perhatian mereka tentang sektor ekonomi, bahwasanya program Banyuwangi Festival berhasil memberikan kebangkitan ekonomi pada UMKM yang ada. Tidak hanya UMKM, berbagai sektor ekonomi seperti pengelola hotel juga menjadi terangkat selama pelaksanaan program Banyuwangi Festival.

Informan 6 menyatakan bahwasanya Banyuwangi Festival merupakan *icon* dari Kabupaten Banyuwangi itu sendiri. Mengacu pada penelitian Elen, 2023 (dalam Nisa et al., 2023) menjelaskan bahwa objek persepsio sebagai faktor yang mempengaruhi persepsi. Dalam hal ini, informan menjadikan Banyuwangi Festival sebagai objek nonmanusia dan juga dipersepsikan kembali menjadi bentuk nonmanusia yakni sebagai *icon* Kabupaten Banyuwangi.

### **2. Aspek Dalam Program Banyuwangi Festival Dianggap Kurang Memadai**

Hasil data dari persepsi yang lain adalah terkait ketersediaan fasilitas umum berupa toilet. Informan 1 menyatakan bahwasanya pelaksanaan kegiatan festival masih belum diimbangi dengan ketersediaan toilet umum yang memadai. Hal ini juga dipertegas oleh informan 3 terkait penyelenggaraan beberapa festival yang dilaksanakan di Desa Kemiren. Festival di Desa Kemiren hanya menyediakan toilet dari rumah warga. Apabila pengunjung dirasa membutuhkan toilet, maka ketersediaan toilet hanya tersedia dengan meminta izin pada salah satu rumah warga. Informan 5 juga menjelaskan terkait

pelaksanaan Festival Gandrung Sewu yang merupakan *event* terbesar dalam kalender Banyuwangi Festival masih belum menyediakan toilet yang memadai. Ketersediaan jumlah toilet tidak diimbangi dengan jumlah pengunjung yang mencapai angka ribuan. Hal ini juga berlaku untuk ketersediaan mushola sebagai bentuk fasilitas umum yang masih belum memadai selama kegiatan festival berlangsung.

Akses transportasi dijelaskan oleh informan 2 yang memiliki persepsi bahwasanya ketersediaan transportasi di Kabupaten Banyuwangi masih belum memadai terutama ketika kegiatan festival berlangsung. Akses transportasi masih menggunakan kendaraan pribadi dan pemesanan ojek melalui aplikasi *online*. Namun demikian, layanan ojek *online* di Kabupaten Banyuwangi masih belum merata dan hanya berpusat di pusat kota. Hal ini tentunya cukup menyulitkan mobilitas masyarakat dalam mengunjungi tempat festival diadakan. Mengingat kegiatan festival tidak hanya dilaksanakan di pusat kota, namun juga ada di berbagai kecamatan dan desa.

Kendati demikian, data tentang persepsi yang didapatkan dari sudut pandang masyarakat mengenai akses informasi, informan 6 dan 7 sependapat bahwasanya penyebaran informasi terkait program Banyuwangi Festival mudah untuk diakses. Informasi tersebut kian disebar melalui sosial media terutama *Instagram*. Pemerintah cukup aktif dalam menyebarkan berbagai informasi terkait penyelenggaraan Banyuwangi Festival yang ditargetkan kepada publik. Hal ini selaras dengan pernyataan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang memfokuskan penyebaran akses informasi dengan mudah. Dampak yang dirasakan adalah masyarakat dapat merasakan akses informasi tersebut tanpa merasakan kesulitan.

### 3. Persepsi Masyarakat Terhadap Citra Kabupaten Banyuwangi Sebagai Kota Festival

Berdasarkan penggolongan jenis citra menurut Frank Jefkins terdapat lima jenis klasifikasi citra. Hasil data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi akan dilakukan analisis dan perbandingan dengan data yang didapat

berdasarkan sudut pandang masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap citra Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival mendapatkan hasil data yang beragam antar informan satu dengan yang lainnya.

Citra Banyuwangi Kota Festival Sebagai *The Mirror Image*. *The mirror image* merupakan salah satu jenis citra menurut Frank Jefkins yang dapat mendeskripsikan data dari yang penulis dapatkan. *The mirror image* atau citra bayangan merupakan sebuah citra yang dibangun oleh pihak organisasi, akan tetapi citra tersebut dianggap tidak tepat oleh masyarakat. Dalam hal ini, informan 1, 4, dan juga 7 menjelaskan bahwa citra Banyuwangi Kota Festival terlalu menekankan pada aspek kuantitas daripada kualitas. Hal ini bertentangan dengan apa yang tengah dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dengan terus menggandeng masyarakat untuk mewujudkan kegiatan festival yang memiliki daya tarik tersendiri. Pemerintah terus melakukan inovasi baru dan seleksi untuk kegiatan festival yang bersumber dari kegiatan atau tradisi yang dikelola masyarakat. Sedangkan menurut informan 1,4 dan,7 aspek festival terlalu menekankan kuantitas sehingga kualitas sering dilupakan. Terlalu banyak festival yang dirasa tidak perlu disajikan. Sebab banyaknya festival tersebut hanya diketahui oleh masyarakat Banyuwangi saja. Sedangkan untuk masyarakat luar hanya mengetahui festival yang berskala besar tanpa mengetahui festival-festival lainnya. Jenis citra bayangan adalah jenis citra bagi Banyuwangi Kota Festival menurut persepsi dari informan 1, 4, dan 7.

Citra Banyuwangi Kota Festival Sebagai *The Wish Image*. *The wish image* adalah citra yang diharapkan masyarakat terhadap Kabupaten Banyuwangi. Terbentuknya citra Banyuwangi Kota Festival dirasa masih kurang sesuai menurut persepsi informan 2 dan 3. Bagi mereka, Kabupaten Banyuwangi lebih banyak memiliki potensi alam yang harus menjadi fokus utama dibanding dengan kegiatan festivalnya. Persepsi tersebut muncul karena pengalaman yang dirasakan oleh para informan. Informan 2 merasa Kabupaten Banyuwangi masih belum siap menyeimbangkan segi kualitas festival

dengan puluhan festival yang disajikan. Selain itu, kekurangan akses transportasi yang dirasakan oleh informan 2 memperkuat persepsi yang dirasa. Informan 3 memiliki persepsi bahwa penyelenggaraan kegiatan festival yang berorientasi pada tradisi suatu desa justru dapat menghilangkan rasa khidmat yang ada karena adanya protokol yang diperketat. Banyuwangi Kota Wisata adalah citra yang diharapkan oleh informan 2 dan 3. Sebab Kabupaten Banyuwangi memiliki banyak potensi kekayaan alam yang dapat menjadi *icon* dalam citra Banyuwangi Kota Wisata.

Citra Banyuwangi Kota Festival Sebagai *The Current Image*. Sementara itu, citra yang terakhir adalah *the current image* atau citra yang berlaku. Hal ini didasarkan apabila masyarakat percaya terkait citra yang tengah dibangun oleh pihak organisasi. Informan 5 dan 6 memiliki persepsi bahwa citra Banyuwangi Kota Festival berhasil mendukung sektor ekonomi masyarakat terutama untuk UMKM. Hal ini selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang menyebutkan bahwa pelaksanaan Banyuwangi Festival bertujuan untuk perputaran ekonomi. Penyelenggaraan program Banyuwangi Festival untuk merangkul semua kalangan. Ketika kegiatan festival berlangsung diharapkan berbagai pihak seperti pemilik hotel, pemilik usaha *rent car*, UMKM, dan yang lainnya dapat merasakan dampak positif dari segi ekonomi. Sehingga tujuan dan maksud di balik citra Banyuwangi Kota Festival memiliki pandangan yang sesuai di mata masyarakat.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan tentang persepsi masyarakat terhadap citra Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota Festival, masyarakat merasa bahwa citra Banyuwangi Kota Festival dimulai dari penyelenggaraan program Banyuwangi Festival. Terjadi perubahan citra yang baik yakni Banyuwangi Kota Santet berubah menjadi Banyuwangi Kota Festival. Perubahan tersebut dirasa memberikan dampak positif baik bagi masyarakat, Kabupaten Banyuwangi, maupun pihak pemerintah daerah. Selain itu, penyelenggaraan program

festival berhasil mendukung beberapa sektor di Kabupaten Banyuwangi, seperti sektor ekonomi, UMKM masyarakat, dan sektor pariwisata. Dengan begitu, hal tersebut dirasa penting bagi seluruh lembaga atau organisasi untuk memiliki citra yang positif.

Program Banyuwangi Festival merupakan faktor utama yang menjadi dasar penilaian masyarakat. Selain itu ketersediaan akses informasi, transportasi, dan fasilitas umum yang memadai dalam menunjang program Banyuwangi Festival mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap citra Banyuwangi Kota Festival. Program Banyuwangi Festival tetap diapresiasi oleh masyarakat sebagai pembentukan citra Banyuwangi Kota Festival.

Diketahui bahwa terdapat tiga jenis citra tentang citra Banyuwangi Kota Festival. *The mirror image* sebagai citra bayangan yang menunjukkan citra Banyuwangi Kota Festival yang dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi tidak sesuai dengan apa yang dimaknai oleh beberapa masyarakat. *The wish image* sebagai bentuk citra yang diharapkan oleh masyarakat selain Kota Festival. *The current image* yang menunjukkan citra Banyuwangi Kota Festival yang dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi selaras dengan apa yang dimaknai oleh masyarakat.

##### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis mencoba memberikan saran yakni Pemerintah Kabupaten Banyuwangi perlu untuk meningkatkan segala aspek kualitas dalam penyelenggaraan *event* Kalender Banyuwangi Festival. Hal tersebut perlu diimbangi dengan peningkatan ketersediaan sarana transportasi dan fasilitas umum dalam menunjang kegiatan Banyuwangi Festival. Mengevaluasi dan memperbaiki protokol penyelenggaraan kegiatan Banyuwangi Festival terutama yang berkaitan dengan tradisi masyarakat. Sebab beberapa masyarakat adat masih belum dapat beradaptasi dengan tradisi yang akan dilakukan modernisasi dengan penyelenggaraan program Banyuwangi Festival.

Selain itu, diperlukan adanya peningkatan *branding* melalui postingan di media sosial. Peningkatan yang diperlukan adalah dengan memperhatikan komposisi pemilihan warna, *font*, simbol, serta beberapa unsur lainnya yang dapat menggambarkan Banyuwangi Kota Festival. Menghindari penggunaan warna atau

gambar yang justru merujuk pada citra Kabupaten Banyuwangi sebelumnya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hasanah, H. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Jefkins, F. (2002). *Public Relations* (5th ed.). Erlangga.
- Johnston, J., & Zawawi, C. (2000). *Public Relations: Theory and Practice* (1st ed.). Allen & Uwin.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226. <https://koloni.or.id/index.php/koloni/article/view/568>
- Novitasari, E., & Cahyono, H. B. (2023). Peran Jebeng Thulik Sebagai Duta Wisata dalam Mempromsikan Festival Tari Gandrung Sewu. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i2.1920>
- Pontoh, M. B., Kawet, L., & Tumbuan, W. A. (2014). KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI CABANG MANADO. *Jurnal EMBA*, 2(3), 285–297. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/eba/article/view/5502>
- Purwowibowo. (2020). Banyuwangi Kota Festival Menuju Destinasi Wisata Indonesia dan Dunia. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(2), 95–104. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/14633/8655>
- Putri, A. P., & Alamiyah, S. S. (2022). STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF: MOTIVASI MELAKUKAN PUBLIC DISPLAY AFFECTION PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK. *JURNAL SIGNAL*, 10(1), 23–41. <https://jurnal.ugi.ac.id/index.php/Signal/article/view/6242>
- Syarifah, S., & Kusuma, A. A. (2016). Globalisasi Sebagai Tantangan Identitas Nasional bagi Mahasiswa Surabaya. *Global & Policy*, 4(2), 61–72. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jgp/article/view/1917>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6187>