

**PERAN YAYASAN JEMBER FASHION CARNAVAL DALAM *CITY*
BRANDING KABUPATEN JEMBER UNTUK MENARIK WISATAWAN
MANCANEGERA PADA TAHUN 2017-2022**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos.) Dalam Bidang Hubungan Internasional**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Disusun Oleh :

Rizky Aliftha Wahyu Nugraha

I02219026

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

APRIL 2023

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizky Alifta Wahyu Nugraha

NIM : I02219026

Program Studi : Hubungan Internasional

Yang berjudul : Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam City Branding
Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada
Tahun 2017-2022.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada Lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademi apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 30 Maret 2023

Yang menyatakan



Rizky Alifta Wahyu Nugraha

NIM: I02219026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Rizky Aliftha Wahyu Nugraha

NIM : I02219026

Program Studi : Hubungan Internasional

Yang berjudul “Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam City Branding Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada Tahun 2017-2022.”, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah di perbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 30 Maret 2023
Yang menyatakan



Rizki Rahmadini Nurika, S. Hub. Int., M.A.
NIP: 199003252018012001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Rizky Aliftha Wahyu Nugraha dengan judul: “Peran Yayasan Jember Fashion Carnival dalam City Branding Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada Tahun 2017-2022”. Telah dipertahankan dan dinyatakan Lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 13 April 2023.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A.
NIP 199003252018012001

Penguji II



Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP., M.Hub.Int.
NIP 199104092020121012

Penguji III



Muhammad Qobidl Ainul Arif, S.IP., M.A., CIQnR.
NIP 198408232015031002

Penguji IV



Zudan Rosyidi, S.S., M.A.
NIP 198103232009121004

Surabaya, 27 April 2023

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Dr. Abdul Chalik M.Ag.
NIP 19730627200031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizky Aliftha Wahyu Nugraha
NIM : I02219026
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Hubungan Internasional
E-mail address : rizkynugraha308@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval Dalam City Branding Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada Tahun 2017-2022.

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Mei 2023

Penulis

(Rizky Aliftha Wahyu Nugraha)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

Rizky Alifta Wahyu Nugraha, 2023, *The Role of the Jember Fashion Carnival Foundation in Jember Regency City branding to Attract International Tourists in 2017-2022*, Undergraduate Thesis for the International Relations Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, UIN Sunan Ampel Surabaya.

This research describes the role of the Jember Fashion Carnival Foundation in attracting foreign tourists from 2017 to 2022. The researcher used a qualitative descriptive approach through interview data collection techniques and online data tracking. The data analysis technique used was the interactive qualitative data analysis model, according to Miles & Huberman. Based on the data obtained in the field, the author concluded that the role of Jember Fashion Carnival Foundation in attracting foreign tourists from 2017 to 2022 was as a catalyst through several city branding strategies, such as creating a new identity for Jember as an internationally recognized Carnival City, setting goals, communicating by inviting media to the JFC event, and coherence between the targets to be achieved and the practices in the field.

Keywords: *City branding*, Role, Tourism, Jember Fashion Carnival Foundation, Jember Fashion Carnival *Event*, International Tourists.

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan peran Yayasan Jember Fashion Carnival untuk menarik wisatawan mancanegara pada tahun 2017-2022. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, melalui teknik pengambilan data wawancara dan penelusuran data secara online. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif model interaktif menurut Miles & Huberman. Penulis menyimpulkan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, bahwa peran Yayasan Jember Fashion Carnival dalam menarik wisatawan mancanegara pada tahun 2017-2022 adalah sebagai katalisator dengan melalui beberapa strategi *city branding* seperti pembuatan identitas baru Kabupaten Jember sebagai Kota Karnaval bertaraf Internasional, menentukan tujuan, melakukan komunikasi dengan mengundang media ke event JFC, dan koherensi antara target yang ingin dicapai dan praktik di lapangan.

Kata Kunci: *City branding*, Peran, Pariwisata, Yayasan Jember Fashion Carnival, *Event* Jember Fashion Carnival, Wisatawan Mancanegara

Daftar Isi

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Argumentasi Utama	24
G. Sistematika Penulisan	24
BAB II.....	27
LANDASAN KONSEPTUAL	27
A. Peran.....	27
B. Yayasan Jember Fashion Carnaval	29
C. <i>City branding</i>	33
METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	41
C. Level Analisis Data	42
D. Tahap Penelitian.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	49
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	51
BAB IV	54

Daftar Tabel

Tabel 2.1 <i>City Branding</i> Kabupaten Jember Melalui Event JFC.....	39
Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Jember.....	78
Tabel 4.2 Daftar Prestasi JFC	86
Tabel 4.3 Daftar Media Nasional dan Internasional yang meliput JFC.....	89
Tabel 4.4 Kegiatan <i>International Roadshow</i> JFC.....	91



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Logo JFC	30
Gambar 4.3 Pemberitaan JFC Oleh Media Asing.....	90
Gambar 4.4 Wisatawan Asing Berrkunjung Ke Event JFC.....	92
Gambar 4.5 Kostum JFC Tahun 2017	93
Gambar 4.6 Wisatawan Asing Berrkunjung Ke Event JFC.....	92
Gambar 4.7 Kostum JFC Tahun 2017	93
Gambar 4.8 JFC Tahun 2018	94
Gambar 4.9 Kostum di Event JFC Tahun 2019	94
Gambar 4.10 Event JFC Tahun 2020 yang Dilakukan Secara Online.....	96
Gambar 4.11 Gelaran JFC Tahun 2021 yang Dilakukan Secara Hybrid Di Ballroom Hotel di Jember	97
Gambar 4.12 Kostum JFC Tahun 2022.....	98
Gambar 4.13 Pelatihan yang Dilakukan Yayasan JFC Kepada Para Peserta	97

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Brand maupun identitas bukanlah hal yang baru. Hal tersebut tidak hanya terjadi pada kalangan perusahaan, namun juga terjadi pada kota-kota di dunia. *Branding* kota atau *city branding* ini merupakan suatu bentuk dari strategi dalam memasarkan kota dengan memiliki sasaran guna memperkuat hubungan serta mewujudkan citra yang baik bagi suatu kota terhadap khalayak umum. *City branding* ini bertujuan untuk meningkatkan jaringan investasi bisnis, mengoptimalkan keunggulan kompetitif pasar pariwisata, mempromosikan pembangunan sosial dan ekonomi secara merata, serta mendorong masyarakat untuk memperkenalkan tempat tinggal mereka.¹ Selain itu dengan dilakukannya *branding* oleh suatu kota, menjadi salah satu faktor dalam menarik wisatawan mancanegara.

Melihat hal tersebut terdapat beberapa kota yang ada di Indonesia melakukan *city branding* ini dengan secara khusus memerintah para ahlinya untuk mencari ide-ide baru guna mengembangkan kota. Hal ini dikarenakan peningkatan arus globalisasi saat ini menunjukkan bahwa konektivitas yang diciptakannya telah merubah dunia menuju pada suatu tatanan baru. Perubahan cara bertukar informasi, berdagang dan konsumsi produk-produk budaya, serta

¹ Adhiimsyah Luthfi and Aldila Intaniar Widyaningrat, "KONSEP *CITY BRANDING* SEBUAH PENDEKATAN 'THE *CITY BRAND HEXAGON*' PADA PEMBENTUKAN IDENTITAS KOTA" (n.d.): Hal. 315.

arus teknologi dari berbagai tempat pada akhirnya mendorong lahirnya persaingan antar kota. Persaingan antar kota ini untuk mendorong tingkatan dalam beberapa aspek, khususnya pariwisata.² Terbentuknya suatu identitas kota dapat dibentuk dari berbagai cara, salah satunya yaitu dengan adanya suatu *event*. Tujuan dibuatnya *event* ini sebagai upaya guna terciptanya suatu tujuan melakukan *city branding*. Banyak *event-event* yang dilakukan oleh pemerintah daerah serta pihak tertentu dalam suatu upaya membentuk identitas bagi suatu kota, salah satunya terletak di Provinsi Jawa Timur.

Terdapat salah satu kabupaten yang terletak di ujung Provinsi Jawa Timur lebih tepatnya berbatasan dengan Kabupaten Bondowoso dan Probolinggo Utara; sebelah barat dari Kabupaten Lumajang, sebelah timur dari Kabupaten Banyuwangi, yakni Kabupaten Jember.³ Jember memiliki suatu *event* berbentuk karnaval yang saat ini tengah populer serta bertujuan untuk mengangkat nama Jember secara nasional maupun Internasional, *event* ini bernama Jember Fashion Carnaval (JFC). Sebelum adanya JFC, Jember telah lebih dahulu dikenal sebagai kota tembakau, kota santri dan juga sebagai kota dengan budaya pandalungan, karena memang di Jember telah terjadi suatu proses akulturasi serta asimilasi. Maka dari itu, dengan adanya proses dari akulturasi dan asimilasi inilah dapat melahirkan suatu budaya yang dapat disebut dengan budaya pendalungan.⁴ Namun dengan adanya identitas

² Raudiatul Jannah, "Jember Fashion Carnaval (JFC) Identitas Kota Jember Dan Diskursus Masyarakat Jaringan" (Tesis, Universitas Indonesia, 2010).

³ Dikutip melalui <https://www.jemberkab.go.id/selayang-pandang/geografis-dan-topografi/> pada tanggal 26 Desember 2022, pukul 13.23 WIB.

⁴ Istiqlaliah Dian Cahyani, "Implementasi Jember Fashion Carnaval Sebagai Bagian Dari *City branding* Kabupaten Jember" (2014).

tersebut, dirasa belum bisa mengangkat nama Jember di kancah nasional maupun internasional. Hal tersebut dinilai karena Jember belum memiliki identitas serta tradisi yang kuat yang mana benar-benar melekat pada Jember itu sendiri. Maka dari itu pada tahun 2003 muncul tawaran identitas serta ikon baru dari Kabupaten Jember yaitu “Jember Kota Karnaval” melalui Jember Fashion Carnaval (JFC) ini.

Jember Fashion Carnaval (JFC) merupakan sebuah *event* tahunan yang secara visualnya adalah suatu seni yang dipertunjukan berbentuk karnaval (pawai atau arak-arakan) yang sifatnya pada masa kini dan tentunya tidak meninggalkan identitas dari budaya Indonesia itu sendiri. Selain itu juga menjadi *event catwalk* dengan panjang 3,6 KM yang dilakukan di pusat Kabupaten Jember, sekaligus menjadi *event catwalk* terpanjang didunia. JFC lahir dari keberadaan rumah mode yang didirikan pada tahun 1998 oleh seorang desainer asal Kabupaten Jember yaitu Dynand Fariz, yang sekaligus menjadi pendiri dari Jember Fashion Carnaval. Rumah mode tersebut bernama *Dynand Fariz International High Fashion Center*, yang didirikan sebagai bentuk apresiasi dan kontribusi Dynand Fariz di dunia fashion. Pada tahun 2001, Dynand dan tim mengadakan sebuah acara fashion week dengan tujuan untuk memperkenalkan rumah modenya tersebut ke masyarakat luas.⁵ Dengan menggunakan pakaian daur ulang, acara tersebut berhasil menarik banyak perhatian masyarakat sekitar rumah modenya dan memberi respon positif terhadap pawai dan rumah mode tersebut. Melihat hal positif tersebut,

⁵ Ibid.

membuat Dynand ingin menggelar sebuah *event* karnaval yang besar dan terkonsep serta berharap agar karnaval yang akan digelar tersebut tidak hanya dapat memberi dampak positif bagi masyarakat Jember, namun juga dapat memperkenalkan Jember pada masyarakat luas.

JFC sempat mendapatkan penolakan ketika mengajukan izin pelaksanaan kegiatan oleh pemerintah Kabupaten dan terdapat organisasi yang menolak JFC ini karena dinilai tidak mencerminkan Jember. Hal tersebut tidak membuat Dynand dan tim menyerah dan terus melakukan usaha, hingga pada akhirnya pada tanggal 31 Desember 2002 surat izin pun turun. Pada tanggal 1 Januari 2003 yang mana bertepatan dengan HUT Jember, *event* JFC pertama diadakan, pada *event* JFC pertama ini di ikuti oleh 50 peserta yang dimana 50 peserta ini sendiri berasal dari karyawan rumah mode Dynand Faris, karyawan salon karisma, dan juga karyawan salon dyfa milik Dynand Faris itu sendiri.⁶ *Event* ini dilakukan di Alun-alun Jember yang mana pada penyelenggaraan pertunjukan ini berlangsung meriah, hal ini didasarkan pada apresiasi dan tanggapan masyarakat yang positif. Beberapa media lokal juga memberitakan penyelenggaraan JFC, meskipun terdapat beberapa media yang memberitakannya secara negatif. Namun hal ini menjadi sebuah kebanggaan bagi Dynand Fariz dan tim, karena telah berhasil dalam menyelenggarakan acara yang sebelumnya mengalami beberapa kendala. Melihat respon positif

⁶ Detikjatim, "Sejarah Jember Fashion Carnaval Pentas Sederhana Jadi Karnaval Kelas Dunia," Agustus 2022. Diakses pada tanggal 25 Desember 2022.

tersebut, Dynand dan tim kemudian sepakat untuk mengadakan JFC kedua di tahun yang sama pada tanggal 30 Agustus 2003.

Melihat respon dari masyarakat mengenai acara tersebut di tahun pertama, pada akhirnya *event* JFC menjadi acara tahunan yang dilaksanakan di Jember dengan tema yang berbeda-beda di setiap tahunnya. Dan sekaligus menjadi pusat perhatian bagi media nasional bahkan media Internasional. Hal inilah yang menjadikan JFC dikenal bahkan hingga ke dunia luar, serta terbukti dengan hadirnya media asing yang bernama “*reuters*”. Media yang berasal dari London, Inggris itu datang ke Jember untuk meliput perhelatan JFC yang ke 3.⁷ Hal ini tentunya menjadi suatu dorongan bagi media lokal untuk meliput kegiatan JFC, hal ini disebabkan karena sangat sedikit sekali media lokal yang memberitakan *event* ini. Dari hadirnya media asing untuk meliput perhelatan JFC ini, tentu menjadi suatu awal dimulainya nama JFC lebih dikenal oleh dunia luas. Dengan datangnya media asing tersebut di Jember, membuat banyak orang di dunia mengetahui bahwasannya terdapat karnaval di Jember.

Melihat hal tersebut keinginan Yayasan JFC untuk menjadikan Jember memiliki identitas sebagai “Kota Karnaval” atau bisa disebut dengan “*the world fashion caranval city*” semakin tampak nyata. Yayasan JFC memiliki mimpi untuk menjadikan Jember sebagai kota wisata mode pertama di Indonesia hal ini dilakukan dengan memperkenalkan kostum budaya sesuai dengan kearifan lokal Indonesia dan kostum-kostum lain dari berbagai belahan

⁷ C. A Proborini, “Jember Fashion Carnaval (JFC) Dalam Industri Pariwisata Di Kabupaten Jember.” (2017).

dunia, dan sekaligus menjadikan Jember sebagai kota *fashion carnival* dunia.⁸ Hal tersebut pada akhirnya tercapai di tahun 2017, ketika Menteri Pariwisata saat itu yaitu Arief Yahya menetapkan Kabupaten Jember sebagai kota karnaval bertaraf nasional dan internasional. Hal tersebut dilakukan sebab JFC telah diakui dunia, hal ini terbukti dengan diraihnya sederet prestasi yang memukau.⁹ Prestasi-prestasi tersebut berasal dari nasional maupun Internasional, seperti prestasi terkait kostum yang digunakan. Kostum-kostum tersebut memiliki tema masing-masing seperti kostum dengan tema Bali (*best national costumemister international 2010 di Indonesia*), Toraja Karembau (*best national costume man hunt international 2011 di Korea Selatan*), Papua (*best national costume mister universe model di Republika Dominica*), Borneo (*best national costume miss supranational 2014 di Polandia*), Lampung (*best national costume miss international 2014 di Tokyo, Jepang dan best national costume miss grand international 2016 di Las vegas, USA*), Toraja Tongkonan (*best national costume miss supranational 2015 di Polandia*).¹⁰

Berbagai macam penghargaan yang diraih oleh JFC tersebut dinilai dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan JFC dan Kabupaten Jember ke dunia luar. Selain menggunakan kekuatan media dan berbagai macam penghargaan yang diraih, JFC juga mendapatkan undangan dari negara lain

⁸ Elik Candra, "STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* JEMBER SEBAGAI *WORLD FASHION CARNAVAL CITY*" (Skripsi, University of Muhammadiyah, 2017), Hal. 4.

⁹ Ardita Mustafa, "Jember Ditetapkan Sebagai Kota Karnaval," 2017, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170721152148-269-229429/jember-ditetapkan-sebagai-kota-karnaval>.

¹⁰ Dikutip melalui Laporan Kegiatan LEGACY 2022 yang diberikan oleh narasumber.

untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dilaksanakan di negara tersebut, seperti China, Korea, Singapura hingga Afrika. JFC pertama kali diundang oleh negara lain ditahun 2007 dan setiap tahunnya tetap konsisten dengan tampil di luar negeri hingga tahun 2021.¹¹ Hal ini lah yang menjadikan JFC lebih dikenal secara luas oleh dunia luar sehingga pada tahun 2017 lokasi dilakukannya *Event* tersebut memiliki image sebagai “*The World Fashion Carnaval City*”. Setelah diresmikan tersebut pada tahun 2017, JFC tetap melanjutkan perjalanannya di kancah Internasional melalui kegiatan *Internasional Roadshow* tersebut dan diundang untuk tampil di beberapa negara seperti Dubai, Pakistan, India, Australia, Rusia. Perbedaan yang dirasa yaitu setelah mendapatkan *image* tersebut, JFC tampil di luar negeri dengan membawa nama Jember yang telah memiliki *image* “*The World Fashion Carnaval City*”. Selain itu meningkatnya undangan untuk JFC tampil di luar negeri dalam kurun waktu 2017-2022. Seperti pada tahun 2017 JFC tampil di Dubai dan India. Pada tahun 2018 di Pakistan, India, Australia, Moscow. Tahun 2021 di Dubai dan tahun 2022 di Bali, Indonesia. Selain itu kostum JFC juga tampil di *event* bergengsi internasional seperti *miss universe* dan *miss supranational*.¹²

Dengan adanya *image* baru yang telah diraih oleh Jember serta penghargaan dan kegiatan internasional yang dilakukan JFC ini mendapatkan hasil ditahun berikutnya dengan peningkatan jumlah wisatawan secara signifikan. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jember

¹¹ Ibid

¹² Ibid

berhasil membuat *image* baru bagi Jember agar dikenal oleh masyarakat luas dan dapat dikatakan berhasil menjadi wajah baru bagi kota Jember sebagai “*The World Fashion Carnaval City*”.

Dari fenomena yang terjadi ini dilihat penulis sebagai salah satu hal yang menarik. Karena penulis rasa JFC memiliki peran yang besar dalam melakukan *branding* Kabupaten Jember sebagai Kota Karnaval. Bagaimana bisa sebuah kabupaten yang kecil tanpa memiliki sejarah *fashion* dan *carnaval* dapat menjadi sebuah kota atau kabupaten yang diakui oleh nasional dan dunia sebagai kota karnaval bertaraf nasional dan internasional serta menjadi kota karnaval terbaik ke 3 di dunia dan juga JFC menempati urutan ke 4 sebagai karnaval terunik didunia.¹⁶ Dan juga hal ini peneliti rasakan memiliki sisi positif yang tidak dapat dinilai dengan harga, sebab dalam era yang semakin berkembang dan kemajuan yang sangat pesat dirasakan oleh kota-kota ini, Jember harus dapat mengembangkan diri dan mengoptimalkan apa yang ada didalamnya serta tidak menutup diri. Maka dari itu, peneliti mengangkat judul dalam penelitian ini yaitu “*Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval Dalam City branding Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada Tahun 2017-2022*”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka fokus penelitian pada penelitian ini adalah: “Bagaimana peran Yayasan Jember Fashion Carnaval

¹⁶ Vien Dimiyati, “Wisman Asia-Eropa Terpikat Dengan Jember Sebagai Kota Karnaval Terbaik,” 2019. <https://www.inews.id/travel/destinasi/wisman-asia-eropa-terpikat-dengan-jember-sebagai-kota-karnaval-terbaik>

dalam *city branding* Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada Tahun 2017-2022?”

C. Tujuan Penelitian

Melihat dan Berdasarkan rumusan masalah yang menjadi fokus utama dalam penelitian yang telah di sebutkan diatas, maka peneliti memiliki tujuan terhadap penelitian ini untuk mengetahui Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval Dalam *City branding* Kabupaten Jember untuk menarik wisatawan Mancanegara pada tahun 2017-2022.

D. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian, tentunya peneliti berharap hasil penelitian yang ditulis dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya baik itu manfaat secara akademis maupun praktis. Manfaat akademis dan praktis yang diharapkan oleh peneliti diantaranya :

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber bacaan bagi para peneliti selanjutnya yang mengambil topik yang sama terlebih mengenai peran Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam *city branding* Kabupaten Jember untuk menarik wisatawan Mancanegara.
- b. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca terkait peran Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam melakukan *city branding* dengan tujuan untuk membuat identitas baru serta meningkatkan kesejahteraan Kabupaten Jember.

- c. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan para pembaca terkait *city branding* pada kota/kabupaten di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Selain manfaat Akademis, terdapat manfaat praktis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pandangan bagi pemerintah daerah untuk dapat memahami pentingnya *city branding* bagi suatu kota, khususnya bagi kota yang masih tertinggal. salah satu sumber masukan bagi pihak terkait, di antaranya pemerintah dan juga mahasiswa yakni, menjadi bahan pertimbangan dan bahan rujukan bagi Pemerintah dalam hal *city branding* bagi suatu kota. Selain itu juga terdapat harapan dari adanya penelitian terkait *event JFC* ini untuk memberikan dampak baik pelaku pariwisata dan budaya lainnya untuk termotivasi dalam melakukan pengenalan terhadap budaya dari masing-masing daerah yang ada di Indonesia. Sebab, *event* ini memiliki visi dan misi untuk memperkenalkan budaya khas Indonesia khususnya Kabupaten Jember di dunia Internasional.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelitian yang telah tertulis dengan judul Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval Dalam *City branding* Kabupaten Jember untuk menarik wisatawan Mancanegara pada tahun 2017-2022. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu untuk menjadikan referensi dengan menjelaskan perbedaan dari peneliti terdahulu sebagai penentu pokok bahasan yang akan dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penelitian

sebelumnya menjadi salah satu referensi peneliti dalam melakukan penelitian. Sehingga penulis dapat mereproduksi teori yang digunakan untuk memvalidasi penelitian yang akan dilakukan. Tambahan, penelitian juga membandingkan topik dan judul peneliti dengan penelitian sebelumnya agar peneliti bisa mendapatkan kesan keoriginalitas dari kajian sebelumnya yang belum pernah diteliti.

1. Penelitian artikel jurnal yang ditulis pada tahun 2021 ini, berjudul “*Penerapan Strategi City branding Dalam Mewujudkan Subulusslam Sebagai Kota Santri Di Provisnis Aceh*”. Penelitian ini ditulis oleh Faisal Padang, Asmaul Husna, Yuhdi Fahrimal, membahas mengenai perkembangan zaman yang memaksa kota-kota hampir diseluruh dunia untuk berubah menjadi kota yang dapat menjadi alat untuk memperkenalkan karakter serta daya tarik sebagai tempat bekerja, berwisata, cagar budaya, dan lainnya. *City branding* merupakan suatu konsep yang tepat digunakan untuk menghadapi hal tersebut. Dalam penelitian tersebut menjelaskan mengenai penggunaan *city branding* sebagai identitas visual, slogan, eksibisi, serta *positioning* yang baik serta relevan dengan tujuan yang jelas. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis penerapan *city branding* di Kota Subulussalam dalam mewujudkan sebagai Kota Santri dan mengekspolari faktor pendukung serta penghambat pemerintah Kota Subulussalam dalam upaya implemmentasi *city branding* tersebut.

Hal ini lah yang membuat penelitian terdahulu memiliki perbedaan kepada penelitian yang ingin peneliti lakukan, yaitu terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian ini berfokus pada peran dari Yayasan Jember Fashion Carnaval sebagai aktor dari *city branding* Kabupaten Jember dalam mewujudkan Jember sebagai kota karnaval bertaraf nasional dan internasional. Sedangkan pada penelitian terdahulu berfokus pada upaya pemerintah dalam mewujudkan Kota Subulusslam sebagai Kota santri di Provinsi Aceh. Persamaan yang terdapat pada kedua penelitian ini yaitu untuk menciptakan identitas baru bagi suatu kota.

2. Penelitian artikel jurnal yang ditulis pada tahun 2022 ini, berjudul “*City branding Kota Bandung Sebagai Kota Berpotensi Melalui Program Sister City*”. Penelitian ini ditulis oleh Nindy Metha Mayangswari dan Yudha Mardhatillah, membahas mengenai program *sister city* yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Bandung. Dari berbagai program *sister city* yang dimiliki oleh pemerintah Kota Bandung, program *sister city* dengan Kota Suwon merupakan yang paling berhasil menurut pemerintah Kota Bandung. Namun pada kenyataannya program *sister city* ini tidak berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan tidak spesifiknya alasan yang mendasar mengapa untuk melakukan Kerjasama ini. Selain itu juga terdapat beberapa pola komunikasi yang tidak sesuai dengan SOP. Melihat hal tersebut, penelitian ini menjelaskan bagaimana cara Pemerintah Kota Bandung untuk memperjelas dan menghilangkan stigma negatif yang dimiliki oleh Kota Bandung. Salah satu caranya

yaitu dengan memperkenalkan atau mempromosikan Kota mereka dengan berbagai ciri khas dan keunggulan dari kota tersebut untuk menarik pendatang (wisatawan) untuk berkunjung, hal ini disebutkan pada penelitian bernama *city branding*. Dalam penelitian ini mengatakan bahwa *city branding* bukan hanya suatu slogan atau kampanye promosi semata, namun suatu gambaran dari pikiran, perasaan, asosiasi serta ekspektasi yang datang dari benak seseorang ketika melihat atau mendengar sebuah nama, logo, produk, layanan, *event*, ataupun berbagai simbol yang menggambarkan dari suatu daerah atau kota tertentu.

Dalam penelitian terdahulu ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian terdahulu lebih berfokus pada Kota Bandung menggunakan *city branding* sebagai bentuk bahwasannya Kota Bandung merupakan Kota yang berpotensi dalam melakukan program *sister city*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada peran Yayasan JFC dalam *city branding* Kabupaten Jember sebagai Kota karnaval nasional maupun internasional. Pada kedua penelitian ini memiliki persamaan berupa manfaat dan *impact* dari *city branding* yang dilakukan oleh kedua kota tersebut.

3. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis pada tahun 2017 ini, berjudul “*Upaya Pemerintah Lokal Dalam Melaksanakan Upaya Nation (City) Branding: Studi Kasus Purwakarta*”. Penelitian ini ditulis oleh Hansel

Bramantya, membahas mengenai munculnya suatu paham mengenai *Nation (city) Branding* yang merupakan upaya yang dilakukan oleh negara untuk menarik minat dari negara lain dalam hal diplomasi maupun destinasi pariwisata. Dalam penelitian ini mengatakan pemerintah lokal mengambil peran yang semakin besar dalam upaya *Nation (City) Branding* Purwakarta, yang mana terbukti dengan acara-acara seperti *Sail Karimata, Sail Bunaken* yang digagas oleh pemerintah lokal.

Penelitian terdahulu memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu lebih berfokus pada bagaimana implentasi *Nation (City) Branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Purwakarta, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada peran dari Yayasan JFC terhadap *city branding* Kabupaten Jember. Pada kedua penelitian ini memiliki persamaan yaitu upaya dari pemerintah kota dalam melakukan *city branding* bagi kota tersebut.

4. Penelitian artikel jurnal yang ditulis pada tahun 2018 ini, berjudul "*City branding Kota Banda Aceh Sebagai Kota Wisata Islam Dunia*". Penelitian ini ditulis oleh Wulan Maulija dan Dr. Hamdani M. Syam, M.A., membahas mengenai pengelolaan yang dirancang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh terhadap *city branding* Kota Banda Aceh. Pada penelitian tersebut menjelaskan bahwasannya Kota Banda Aceh merupakan Kota yang sangat terlambat dalam melakukan *city branding*, dimana banyak kota di Indonesia telah

berkompetisi dalam melakukan *city branding* ini Kota Banda Aceh baru memulainya. Selain itu juga, dalam penelitian tersebut menjelaskan mengenai *city branding* dikenal sebagai pemberian merek kota untuk menghasilkan citra terhadap suatu kota.

Penelitian terdahulu memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu berfokus pada pengelolaan *city branding* Kota Banda Aceh sebagai Kota Wisata Islam Dunia, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada peran JFC dalam *city branding* Kabupaten Jember menjadi kota karnaval bertaraf nasional dan internasional. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama ingin membahas mengenai *city branding* yang dilakukan untuk menciptakan kota tersebut memiliki identitas bertaraf dunia atau internasional.

5. Penelitian artikel Jurnal yang ditulis pada tahun 2016 ini, berjudul “*Dampak City branding Enjoy Jakarta & YourSingapore Terhadap Perkembangan MICE*”. Penelitian ditulis oleh Zaeri Febrianur, membahas mengenai terdapat dua *global cities* di Asia Tenggara yaitu Singapura dan Jakarta. Kedua negara ini memiliki *branding* yang dikenal dengan *YourSingapore* dan *Enjoy Jakarta*. *YourSingapore* diperkenalkan pada tanggal 5 Maret 2010, yang mana sebelumnya memiliki identitas sebagai *Uniquely Singapore*. *Branding* baru ini dilakukan oleh Konferensi Industri Pariwisata *Singapore Tourism Board* sebagai bentuk dari evolusi dari *branding* sebelumnya. Lalu untuk *Enjoy Jakarta* diperkenalkan secara nasional pada tanggal 10 Mei

image sebagai Kota Fashion Karnaval Dunia. Dalam penelitian ini dihasilkan bahwasannya strategi dari Pemkab Jember terbagi menjadi dua yakni peningkatan dalam struktur dalam suprastruktur yang memiliki keterkaitan dengan kebijakan Pemkab Jember dan infrastruktur yang memiliki kaitan dengan pembangunan kota. Serta tourism, export dan investment yang menjadi sektor sehingga dapat dilihatnya dampak dari adanya strategi peningkatan *brand image* atas hal-hal yang dilakukan oleh Pemkab Jember.

Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian peneliti. Persamaan dalam penelitian ini juga membahas terkait *city branding* dari JFC terhadap kabupaten jember. Perbedaan dalam penelitian ini ialah penelitian terdahulu membahas mengenai strategi *city branding*, sedangkan penelitian yang di teliti oleh peneliti adalah dampak dari peran JFC terhadap *city branding* kabupaten Jember.

7. Penelitian artikel jurnal yang ditulis pada tahun 2019 ini, berjudul “Urgensi *City branding* Dalam Paradiplomasi : Studi Kasus Kabupaten Serang”. Penelitian ini ditulis oleh Rizky Hikmawan dan Rizkiya Ayu Maulida, membahas mengenai tuntutan bagi setiap daerah untuk dapat meningkatkan kapasitas diri yang dimiliki di era globalisasi yang berkembang secara pesat ini semakin tidak bisa terelakan. Hal tersebut dimaksud untuk setiap daerah dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya dalam hal fasilitas yang turut berdampak untuk kesejahteraan. Namun dalam hal ini tidak semua daerah memiliki

potensi unggulan yang dapat digunakan sebagai upaya dalam menciptakan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Tak sedikit pula daerah yang memiliki tingkat penghasilan yang tidak signifikan sehingga menghasilkan perputaran ekonomi yang lambat. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwasannya pemerintah daerah memerlukan cara khusus yang dapat diharapkan untuk dapat menjadi jalan alternatif untuk meningkatkan pendapatan daerah. Cara yang dimaksud yaitu seperti dalam bentuk *branding* atau citra daerah. Hal ini dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan atau investor untuk datang dan menanam saham serta membangun Kerjasama maupun kemitraan strategis. Dalam penelitian ini juga memberikan masukan kepada pemerintah daerah Kabupaten Serang untuk melakukan *branding* kota sebagai bentuk dari pemanfaatan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Serang untuk di manfaatkan dengan baik dan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakatnya, dengan cara merancang Kerjasama luar negeri yang strategis.

Melihat hal tersebut, peneliti rasa memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada pentingnya melakukan *city branding* dalam suatu Kota dengan studi kasus Kabupaten Serang, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih berfokus pada peran suatu Yayasan dalam melakukan *city branding* di suatu Kota/Kabupaten. Persamaan pada

kedua penelitian ini yaitu memiliki pembahasan mengenai kepentingan *city branding* terhadap suatu kota.

8. Penelitian artikel jurnal yang ditulis pada tahun 2018 ini, berjudul “*Pengaruh Event Balap Sepeda Tour de Singkarak Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Sumatera Barat Melalui Sektor Pariwisata*”. Penelitian ini ditulis oleh Muhamad Ikhsan Alim, membahas mengenai *event* balap sepeda “Tour De Singkarak” yang merupakan salah satu *event* balap yang diselenggarakan oleh Provinsi Sumatera Barat dan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang bekerja sama dengan UCI sebagai International Cycling Organization. *Event* yang masuk dalam konsep Sport Tourism ini dilakukan dengan memiliki tujuan guna mempromosikan obyek-obyek wisata untuk menarik wisatawan untuk datang ke Sumatera Barat. Dengan adanya penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh dari *event* bersepeda Tour De Singkarak ini dalam mempromosikan pariwisata Sumatera Barat, sehingga dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Sumatera Barat.

Dalam hal ini peneliti rasa memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, perbedaan pada peneliti terdahulu lebih berfokus pada pengaruh dari *event* yang diselenggarakan, namun pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih berfokus pada peran dari *event* yang dilaksanakan. Dalam kedua penelitian ini memiliki

persamaan yaitu membahas mengenai peran serta pengaruh dari *event* yang terselenggara terhadap *city branding* suatu kota.

9. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis pada tahun 2021 ini, berjudul “*Paradiplomasi Kabupaten Malang Untuk City branding The Heart Of East Java*”. Penelitian ini ditulis oleh Bintang Halilintar Kurnia, membahas mengenai upaya Pemerintah Daerah Kabupaten Malang untuk mewujudkan *city branding The Heart of East Java* di tingkat Internasional. Hal ini dilakukan untuk menjadi salah satu alternatif andalan pariwisata Indonesia di kancah internasional. Hal ini dikarenakan setiap negara memiliki upaya untuk dapat mencapai kepentingan nasionalnya di dunia internasional, salah satunya dengan adanya peranan dari setiap daerah didalamnya. Setiap daerah memiliki kontribusi serta peranan penting untuk menciptakan Indonesia mendapatkan kepentingan nasionalnya. Banyaknya daerah di Indonesia yang memiliki potensi yang sangat besar menawarkan banyak peluang, salah satunya Kabupaten Malang yang memiliki potensi di bidang pariwisata. Hal ini dikarenakan dalam perolehan pendapatan di Indonesia, pariwisata merupakan sektor yang memiliki andil besar dan memiliki pendapatan utama di Indonesia. Hal ini lah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini, sebab penelitian ini menjelaskan peran dan upaya pemerintah Daerah di kancah internasional. Penelitian ini difokuskan mulai dari peluncuran *city branding* Kabupaten Malang pada tahun 2017. Dalam penelitian ini menjelaskan pula hasil yang

berisikan mengenai Kabupaten Malang yang telah melakukan Kerjasama dengan organisasi internasional, mengikuti kegiatan dan pameran di luar negeri, serta membuat *event* yang melibatkan komunitas dan warga negara asing untuk mendorong diplomasi virtual.

Adapun peneliti rasa perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitian. Yang mana pada penelitian terdahulu lebih berfokus pada paradiplomasi yang dilakukan oleh Pemerintahan Kabupaten Malang dalam mewujudkan *city branding The Heart of East Java* di tingkat internasional, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu peran dari Yayasan JFC dalam melakukan *city branding* melalui *image The World Fashion Carnival City*. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu tujuan dari *city branding* yang digunakan untuk mencapai suatu image yang ingin diraih.

10. Penelitian artikel jurnal yang ditulis pada tahun 2018 ini, berjudul “*City branding Sawahlunto Kota Wisata Tambang Yang Berbudaya Melalui Event Sawahlunto Internasional Songket Carnival 2016*”. Penelitian ini ditulis oleh Nurkhalila Fajrini, Iriana Bakti dan Evi Novianti, membahas mengenai Songket Silungkang merupakan produk andalan hasil kerajinan masyarakat Kota Sawahlunto. Sejarah dari songket dan sejarah tambang memperkuat *city branding* Sawahlunto dalam mewujudkan visi “Kota Wisata Tambang Yang Berbudaya” yang tertuang dalam peraturan daerah No. 2 Tahun 2001 pada *event* SISCa.

Pada SISCa 2016, transformasi dari Kota Wisata Tambang Yang Berbudaya direalisasikan melalui konsep dan desain penampilan dari peserta karnaval. Dilakukannya penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui alasan dari latar belakang dari penyelenggara menjadikan Sawahlunto International Songket Carnival (SISCa) 2016 dalam *city branding* Sawahlunto Kota Tambang yang Berbudaya.

Pada penelitian terdahulu peneliti rasa memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian terdahulu berfokus pada alasan dan latar belakang dari dilakukannya *event* tersebut, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih berfokus pada peran dari suatu Yayasan dalam menciptakan *image* Kabupaten sebagai *The World Fashion Carnival City*. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu terciptanya *city branding* kota tersebut melalui *event* bertaraf internasional yang diadakan oleh kota tersebut.

Berdasarkan dari kesepuluh penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, terlihat jelas bahwasannya belum ada penelitian yang membahas mengenai Peran Yayasan Jember Fashion Carnival Dalam *city branding* Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada Tahun 2017-2022. Alasan ini lah yang menjadikan peneliti yakin atas penelitian yang dilakukan ini, serta peneliti dapat memastikan Skripsi yang ditulis oleh peneliti belum dilakukan oleh peneliti lainnya.

F. Argumentasi Utama

Argumentasi utama yang akan diajukan untuk sekaligus menjawab fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: Yayasan Jember Fashion Carnaval memiliki peran dalam *city branding* Kabupaten Jember untuk menarik wisatawan mancanegara pada tahun 2017-2022, peran yang dilakukan oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval yaitu sebagai Katalisator. Yayasan Jember Fashion Carnaval dapat dikatakan berperan sebagai katalisator yaitu karena Yayasan Jember Fashion Carnaval memberikan perubahan terhadap Kabupaten Jember. Perubahan ini dalam wujud pemberian identitas baru bagi Kabupaten Jember sebagai Kota Karnaval melalui event JFC yang secara resmi ditetapkan pada tahun 2017, selain itu dengan dimilikinya identitas baru ini maka akan berdampak pada upaya menarik wisatawan mancanegara di Kabupaten Jember Sehingga jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pun dapat terjadi. Hal ini di implementasikan dengan menggunakan empat strategi *city branding* yaitu identitas, penentuan tujuan, komunikasi dan koherensi.

G. Sistematika Penulisan

Pertama, bab I sebagai pendahuluan yang merupakan bab terdasar serta paling awal dalam suatu penelitian. Pada bab ini akan diisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan Pustaka, argumen utama, serta sistematika penelitian. Dalam latar belakang penelitian menjelaskan mengenai alasan peneliti memilih tema penelitian ini, rumusan masalah berisi mengenai pertanyaan penelitian yang ingin peneliti temukan jawabannya. Kemudian untuk tinjauan pustaka berisi mengenai studi-

studi terdahulu yang peneliti gunakan sebagai acuan serta perbandingan dan argumentasi utama yang mana merupakan hipotesis sementara dalam penelitian ini.

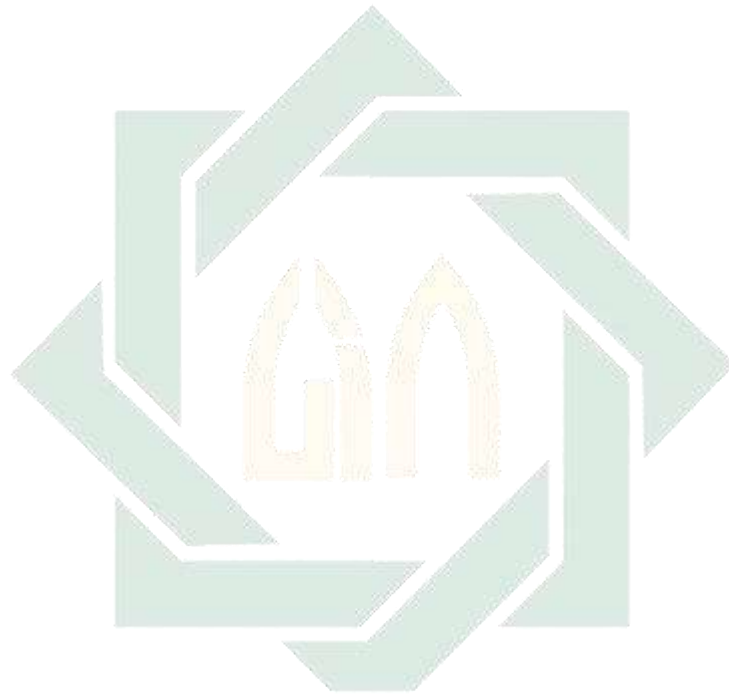
Kedua, bab II sebagai landasan konseptual yang akan menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah. Selain itu pada bab ini digunakan untuk menganalisa studi kasus melalui konsep peran. Konsep peran menjabarkan peran Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam *city branding* Kabupaten Jember untuk menarik wisatawan Mancanegara.

Ketiga, bab III akan diisi mengenai metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Bagian-bagian yang terdapat pada bagian ini yaitu Jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan tingkat analisa, Teknik pengumpulan data, Teknik analisa data alur penelitian. Dimana pada jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif.

Keempat, bab IV merupakan bagian inti dari penyajian data atau temuan. Tidak sampai disitu saja, pada bab ini juga merupakan penyajian hasil analisis data. Adapun hasil dari proses penggalian data di lapangan kemudian akan kembali dipaparkan dalam bab ini untuk mengurai lebih lanjut bagaimana peran Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam *city branding* Kabupaten Jember pada tahun 2017-2022.

Kelima, bab V ini akan berisi kesimpulan dari data-data yang telah dideskripsikan. Bab ini menjadi penghujung hasil penelitian yang sebelumnya telah di paparkan. Oleh karena itu, bab ini juga akan menyuguhkan saran yang

diharapkan dapat menunjang penelitian yang akan dilakukan pada masa mendatang.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

Pada bab ini dibagi menjadi 2 yaitu definisi konseptual dan kerangka konseptual. Definisi konseptual menggunakan konsep peran dan *city branding*, yang mana konsep sendiri digunakan sebagai alat untuk menganalisis kasus. Konsep peran yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan keterlibatan dalam peran yang dilakukan oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam *city branding* Kabupaten Jember. Kemudian untuk kerangka konseptual digunakan untuk menggabungkan antara konsep yang digunakan yaitu konsep peran dan konsep *city branding*.

A. Peran

Peran adalah sebuah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki status, sedangkan status itu sendiri sebagai suatu peringkat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok atau posisi suatu kelompok dalam hubungan dengan kelompok lain. Peran dapat dijalankan oleh siapa saja yang memiliki kepentingan, tidak hanya pemerintah namun juga oleh aktor non-pemerintah. Menurut David Lewis, NGO sebagai solusi baru dalam pemecah permasalahan pemerintahan. Selain itu, David Lewis mengatakan NGO memiliki tiga peran yaitu sebagai *implementers* (pelaksana), *catalyst* (katalisator) dan *partners* (mitra).¹⁷

¹⁷ David Lewis, *The Management of Non-Governmental Development Organizations* (Routledge, 2001), Hal. 77.

a. *Implementers* (Pelaksana)

Peran pelaksana melibatkan pengumpulan sumber daya untuk menyediakan barang dan layanan kepada orang-orang yang membutuhkannya. Peran penyedia layanan melibatkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh NGO dalam berbagai bidang seperti kesehatan, keuangan mikro, perpanjangan pertanian, bantuan darurat, hak asasi manusia dan kegiatan lainnya. Pengiriman layanan telah meningkat karena NGO semakin banyak menerima kontrak dari pemerintah dan donor dalam dua dekade terakhir selama pemerintahan reformasi dan privatisasi untuk melaksanakan tugas-tugas tertentu sebagai imbalan pembayaran.

b. *Catalysts* (Katalisator)

Peran katalisator biasanya disebut sebagai orang atau benda yang menyebabkan perubahan. Oleh karena itu, peran katalisator dapat diartikan sebagai kemampuan NGO untuk menginspirasi, memfasilitasi, atau berkontribusi untuk meningkatkan pemikiran dan tindakan yang mempromosikan perubahan. Ini dapat ditujukan kepada individu atau kelompok, serta aktor-aktor lain dalam pembangunan seperti pemerintah dan aktor bisnis lainnya. Ini dapat meliputi pembangunan akar rumput, pemberdayaan, melakukan dan menyebarluaskan suatu upaya untuk mempengaruhi proses kebijakan yang lebih luas melalui inovasi yang dilakukan oleh NGO.

c. *Partners* (Mitra)

Peran *Partners* dilakukan oleh NGO melalui kerjasama dengan aktor - aktor lain baik pemerintah, donatur maupun sektor privat atau perusahaan. Pihak-pihak tersebut dapat berbagi keuntungan ataupun risiko dari kerjasama yang terjalin. Kerjasama yang terjalin antara NGO dengan pemerintah dapat membantu pemerintah untuk menangani suatu isu permasalahan tertentu yang terkadang program atau kebijakan dari pemerintah tersebut tidak dapat berjalan dengan baik. Bentuk peran *Partners* juga dapat dilihat pada kerjasama antara NGO dengan aktor lain baik suatu kelompok atau individu, NGO berupaya untuk meningkatkan dan memperkuat kapabilitas NGO untuk dapat menjalankan kegiatannya secara maksimal.

Berdasarkan peran yang dinyatakan oleh David Lewis, pada penelitian ini mengacu pada peran *Catalysts* (katalisator). Hal tersebut di karenakan Yayasan Jember Fashion Carnaval hadir sebagai suatu organisasi yang membawa perubahan terhadap Kabupaten Jember melalui inovasi berupa event Jember Fashion Carnaval.

B. Yayasan Jember Fashion Carnaval

Jember Fashion Carnaval merupakan suatu *event* yang dinaungi oleh sebuah Yayasan yang bernama Yayasan Jember Fashion Carnaval. Yayasan Jember Fashion Carnaval merupakan suatu lembaga nirlaba yang memiliki tujuan untuk membentuk individu yang kreatif. Yayasan Jember Fashion Carnaval berpusat di Jember Fashion Carnaval *Center* ini didirikan oleh Dynand Fariz,

yang sangat penting bagi majunya suatu kota. Setiap kota harus memiliki sesuatu yang menarik dan menjadi pembeda dari kota-kota lainnya untuk dapat menjadikan kota tersebut memiliki identitas khusus. Dengan adanya identitas khusus, kota tersebut memiliki daya Tarik untuk menarik target pasar daerah seperti *Tourist*, *Investors* dan *Traders* sehingga menjadikan kota tersebut dapat bersaing dengan kota lainnya. *City branding* dilakukan sebab memiliki dampak yang positif terhadap suatu kota. Keuntungan yang didapatkan dari dilakukannya *city branding* ini yaitu daerah tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan persepsi yang positif. Lalu kota tersebut dianggap sesuai dengan tujuan-tujuan khusus. Kemudian kota tersebut dianggap suatu lokasi yang memiliki suatu *value* untuk dijadikan sebagai tempat investasi, penyelenggaraan kegiatan-kegiatan (*events*), tujuan wisata serta tujuan tempat tinggal.

Menurut Andrea Insch, strategi *city branding* dapat dilihat dari empat indikator yaitu: *identity* (identitas), *objective* (penentuan tujuan), *communication* (komunikasi) dan *coherence*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:²¹

a. *Identity* (identitas)

Identitas merupakan salah satu hal yang penting dalam *city branding*, karena identitas merupakan hal yang perlu diangkat untuk menjadi bahan penyusunan *city branding*, adanya suatu identitas yang dimiliki oleh suatu kota akan dapat memunculkan keunggulan kompetitif

²¹ Ibid., Hal. 13.

tujuan-tujuan yang berbeda-beda, yang mana tujuan pelaksanaan *city branding* didasarkan pada kepentingan suatu Kota. Pada umumnya tujuan dari adanya *city branding* adalah untuk Menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung pada suatu kota. Selain itu tujuan *city branding* ini erat kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi, karena pada dasarnya *city branding* suatu kota yang kuat akan dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi yang kuat.

c. *Communication* (Komunikasi)

Komunikasi pada *city branding* merupakan proses penyampaian *city branding* kepada khalayak umum. Pada proses komunikasi, berinteraksi dengan pihak yang berkepentingan dengan sebuah kota. Komunikasi yang dilakukan bukan hanya *one way communication*, tetapi semua bentuk baik online maupun offline *communication*. Komunikasi *city branding* terdiri dari tiga jenis, yaitu:

1. Komunikasi primer. Komunikasi primer merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang ada dalam kota untuk membangun sebuah citra yang ditampilkan pada *city branding*, dimana komunikasi primer hanya berfokus pada tampilan kota (landscape).
2. Komunikasi sekunder. Komunikasi sekunder merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan secara formal, dimana komunikasi sekunder ini dilakukan terencana melalui berbagai media.

- b. *City branding* menjelaskan sesuatu yang baik dari suatu kota, bukan menjelaskan mengenai kekurangan atau sisi buruk dari kota tersebut.
- c. *City branding* harus mudah untuk diucapkan, dikenal, dijiwai, dihayati dan dipahami oleh tidak hanya penduduk kota, tetapi juga bagi setiap orang yang melihat, membaca dan mendengarnya.
- d. *City branding* harus mudah terbedakan, oleh karena itu harus spesifik dan khas.

Melihat hal tersebut image ini dapat menjadi suatu jawaban dari kota-kota yang masih belum berhasil mengangkat identitas dirinya di masyarakat luas. Maka dari itu pentingnya suatu kota atau Kabupaten untuk melakukan *branding* kota ini.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai metode yang digunakan oleh peneliti guna mengolah data penelitian yang telah peneliti dapatkan. Isi dari bab ini diantaranya yaitu pendekatan yang digunakan, waktu dan lokasi, tingkat analisa data, tahap-tahap penelitian, Teknik pengumpulan data serta Teknik analisa data. Pada bagian pendekatan penelitian ini, peneliti menjelaskan secara singkat mengenai pendekatan yang digunakan oleh peneliti. Kemudian untuk bagian selanjutnya yaitu peneliti membahas mengenai waktu dan lokasi yaitu sejak peneliti menyelesaikan proposal penelitian dengan lokasi utama penelitian pada kantor Yayasan Jember Fashion Carnaval dan Pemerintah Kabupaten Jember.

Pada bagian tingkat analisa peneliti menyebutkan mengenai subjek dari analisis penelitian ini, selain itu juga tingkat analisisnya. Pada penelitian ini yang mana mengumpulkan mengenai data-data untuk dianalisis melalui proses wawancara, observasi, serta dokumentasi yang telah peneliti paparkan pada sub bagian selanjutnya. Pada bab ini bagian pemaparan akan menjadi acuan peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang meyakinkan, yang mana pada penelitian ini berpegang pada setiap tahapan dalam melakukan penelitian yang nantinya peneliti jelaskan pada salah satu bagian bab ini. Kemudian diakhir bab ini akan peneliti jelaskan mengenai Teknik yang peneliti gunakan untuk menganalisis data, seperti reduksi data dan dua lainnya.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya membutuhkan teknik yang tepat agar penelitian yang dilakukan menjadi sistematis dan terstruktur. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan berupa kualitatif, yang mana metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.²³ Kemudian pada penelitian ini menggunakan jenis deskriptif, yang mana dalam hal ini peneliti gunakan untuk mempermudah menjelaskan alur atau proses analisa terhadap fenomena yang terjadi sehingga diangkat dalam penelitian ini, dilakukan dengan memaparkan data-data yang telah ditemukan oleh peneliti secara terperinci dan runtut.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini mulai dilakukan terhitung sejak judul skripsi ini disetujui, pada bulan Desember 2022 – Maret 2023.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada beberapa lokasi di Kabupaten Jember, yang mana lokasi-lokasi tersebut diantaranya :

1. Kantor Yayasan Jember Fashion Carnaval yang terletak di jalan Gunung Batu Permai A 1.B, Sawahan Cantian, Kepatihan, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

²³ Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.S.I, *Metode Penelitian Kualitatif* (Syakir Media Press, n.d.), Hal. 30.

2. Perilaku Kelompok

Pada level analisis ini bentuk tindakan dari suatu kelompok atau organisasi di berbagai negara dapat menjadi alasan mengapa sesuatu dilakukan. Kelompok yang dimaksud yaitu seperti lembaga sosial, instansi pemerintah dan lain sebagainya.

3. Negara-bangsa

Pada level analisis ini lebih berfokus pada proses pembuatan suatu keputusan mengenai hubungan internasional, yang diartikan ialah semacam politik luar negeri oleh suatu negara-bangsa selaku satu kesatuan yang utuh, dimana yang dilihat merupakan sikap dari negara bangsa.

4. Pengelompokan negara-negara

Pada level analisis ini memiliki anggapan bahwasannya negara-bangsa yang bertindak tidak sendiri-sendiri melainkan selaku suatu kelompok yang berbentuk aliansi, ikatan ekonomi serta perdagangan dan lain-lain.

5. system Internasional.

Pada level analisis ini memiliki fokus terhadap system internasional itu sendiri. Anggapannya merupakan pergantian ataupun dinamika di dalam system internasional yang memastikan sikap aktor-aktor hubungan internasional. Pada dasarnya negara bangsa serta aktor lainnya dalam hubungan internasional ialah suatu unit yang ada didalam system yang lebih besar, yaitu sistem internasional.

Melihat dari pandangan Mochtar Mas' oed, tingkat analisis yang dilakukan oleh peneliti yaitu masuk dalam tingkatan Perilaku Kelompok. Dalam konteks

hubungan internasional, memang segala tindakan internasional didominasi oleh negara. Namun banyak juga perilaku kelompok yang memiliki tujuan untuk mendukung dari tujuan nasional itu sendiri. Hal tersebut relevan dengan penelitian ini, yang mana peneliti memilih untuk menggunakan level analisa perilaku kelompok dikarenakan pada penelitian ini lebih berfokus pada suatu kelompok yaitu Yayasan Jember Fashion Carnaval. Dengan menggunakan level analisa ini, memunculkan unit analisa yang mana menyoroti instansi yang terdapat di Indonesia yaitu Yayasan Jember Fashion Carnaval sebagai salah satu kelompok yang terdapat di Indonesia. Yayasan Jember Fashion Carnaval dapat dikatakan sebagai kelompok karena memiliki karakteristik sebagai kelompok, yang mana menurut Saleh karakteristik kelompok yaitu,²⁵

- a. Terdiri dari beberapa individu (lebih dari dua) dan saling berinteraksi secara *continue*.
- b. Saling keterkaitan antar individu
- c. Individu memiliki partisipasi secara terus menerus
- d. Bersifat mandiri, yaitu dapat mengarahkan diri sendiri
- e. Selektif dalam memilih anggota, tujuan, kegiatan, dan lain sebagainya
- f. Memiliki keragaman yang berbeda
- g. Terdapat norma yang berfungsi untuk mengatur perilaku anggoatanya
- h. Terdapat pembagian tugas (status dan peran)
- i. Berlangsung dalam waktu yang relative lama

²⁵ Dr. Ir. Amiruddin Saleh, "Pengertian, Batasan, Dan Bentuk Kelompok" (n.d.): Hal. 13.

Maka dari itu peneliti memfokuskan tingkat analisis penelitian ini pada level perilaku kelompok. Hal ini di karenakan Yayasan Jember Fashion Carnaval masuk dalam karakteristik kelompok tersebut, kemudian pada analisis ini akan memunculkan penjelasan mengenai Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval Dalam *City branding* Kabupaten Jember Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara Pada Tahun 2017-2022.

D. Tahap Penelitian

1. Tahap Persiapan dan Pendahuluan

Pada tahap ini, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti hal ini karena peneliti mendapatkan informasi mengenai Jember Fashion Carnaval dari tempat magang peneliti yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur. Setelah mendapatkan informasi tersebut peneliti mencari informasi lebih detail mengenai *event* JFC tersebut kepada bapak Satria Devi Kurniawan, S.STP (Selaku Kepala sub-Bidang Komunikasi Pemasaran dan Promosi Parekraf). Kemudian peneliti diarahkan untuk menghubungi salah satu anggota dari Yayasan Jember Fashion Carnaval, yaitu bapak David K. Susilo (*Selaku Director Program & Development of Jember Fashion Carnaval*). Peneliti memulai melakukan *pra research* dengan bapak David dan setelah melakukan *pra research* peneliti lanjutkan dengan menulis proposal skripsi, yang kemudian dilanjutkan dengan seminar proposal skripsi. Kemudian peneliti lanjutkan untuk menyelesaikan penelitian ini dengan mengumpulkan data-data berdasarkan fakta-fakta yang terdapat dilapangan dan data yang bersumber dari berbagai media

informasi khususnya digital seperti website resmi dari Jember Fashion Carnival itu sendiri dan sosial media Jember Fashion Carnival. Untuk langkah selanjutnya, peneliti telah Menyusun dan menyiapkan beberapa pertanyaan yang ditujukan pada instansi Pemerintah Kabupaten Jember dan Yayasan Jember Fashion Carnival mengenai bagaimana peran Yayasan Jember Fashion Carnival dalam *City branding* Jember untuk menarik wisatawan mancanegara pada tahun 2017-2022.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti melakukan beberapa langkah seperti melakukan pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara kajian literatur, yaitu dengan menggabungkan mulai dari penelitian terdahulu, mengumpulkan beberapa sumber seperti skripsi, tesis, jurnal sebagai penunjang data yang akan di analisis. Selain itu juga akan dilaksanakannya kegiatan diskusi bersama seperti wawancara kepada pihak Pemerintah Kabupaten Jember yaitu Bapak Budi Satriyo selaku Kepala Seksi Perencanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember, dan Bapak David K. Susilo selaku *Director Program & Development of Jember Festival Fashion Carnival*. dari pihak Yayasan Jember Fashion Carnival. Hal tersebut yang mana dilakukan sesuai dengan topik pembahasan yang ingin peneliti bahas yaitu peran Yayasan Jember Fashion Carnival dalam *City branding* Jember untuk menarik wisatawan mancanegara pada tahun 2017-2022.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap menganalisis data ini, peneliti melakukan penyusunan secara runtut terhadap hasil-hasil yang telah didapatkan dari kegiatan sebelumnya seperti wawancara kepada instansi Pemerintah Kabupaten Jember dan Yayasan Jember Fashion Carnaval serta data-data yang telah didapatkan di lapangan serta beberapa referensi lainnya seperti skripsi, tesis, jurnal dan juga data-data yang ditemukan di website resmi oleh peneliti. Tahap ini lah dimana peneliti mulai memilah serta memilih data yang dapat disajikan atau tidaknya dalam penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan suatu penelitian yang tepat dan logis.

4. Tahap Laporan

Pada tahap ini peneliti mulai menulis hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti, baik dari wawancara tentang popularitas Kabupaten Jember sebelum dan sesudah adanya Yayasan Jember Fashion Carnaval. Kemudian kegiatan *city branding* Kabupaten Jember pada tahun 2017-2022. Selain itu, peneliti juga memulai menulis hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti dari media informasi digital yang diperoleh peneliti dari website terkait *city branding* suatu kota dan peran Yayasan terhadap suatu Kota/Kabupaten. Penulis juga menulis teks wawancara yang telah dilakukan peneliti yang dikemas dalam bentuk teks penelitian berwujud Skripsi.

Parwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember. Selain itu juga peneliti juga melakukan pengumpulan sumber data sekunder dengan menggali data dan fakta melalui media *online*.

2. Kondensasi Data

Kondensasi data merupakan suatu cara yang dilakukan dengan tujuan menyederhanakan data yang didapatkan, yang mana hal ini berguna untuk memudahkan peneliti untuk menarik sebuah kesimpulan. Peneliti memilih data-data yang dibutuhkan yang sesuai dengan topik dan judul pada penelitian ini, yang mana hal tersebut dilakukan pada bagian ini. Sama halnya dengan data awal strategi diplomasi kebudayaan yang dilaukan oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval, akan tetapi disisi peneliti menyederhanakan data tersebut sehingga dapat mudah untuk dipahami. Hal ini dilakukan sebab peneliti memilih data yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

3. Penyajian data

Pada bagian ini peneliti melakukan penyusunan kembali data-data yang telah didapatkan peneliti dengan disesuaikan dan di klarifikasi sehingga peneliti dapat dengan mudah dipahami dan menguasai data. Data tersebut disajikan dalam bentuk teks naratif, yang mana di tunjukan guna memudahkan pemahaman terhadap isi dari penelitian yang di lakukan oleh peneliti ini. Teks ini berdasarkan pengembangan definisi dan juga pengolahan data dengan menggunakan konsep yang dipilih oleh peneliti.

4. Penarikan kesimpulan

Pada bagian ini peneliti akan menarik sebuah kesimpulan dimana kesimpulan ini bersifat sementara, dan akan berubah selama proses pengumpulan data masih terus berlangsung. Akan tetapi, apabila kesimpulan tersebut yang ditulis oleh peneliti didukung dengan bukti-bukti yaitu berupa data yang valid dan konsisten yang peneliti temukan di lapangan, maka kesimpulan yang disajikan merupakan kesimpulan yang berkualitas.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat valid dan terverifikasi kebenarannya, peneliti melakukan beberapa upaya seperti yaitu:

1. Uji *Kredibilitas*

Penelitian ini dilakukan dengan menguji kredibilitas data didapatkan melalui beberapa hal, yaitu:

a. Memperpanjang Durasi Waktu di Lapangan

Untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan diadakannya penelitian, maka penelitian memerlukan durasi waktu yang cukup panjang. Adapun dengan ini durasi yang dirasa cukup ini, penulis dapat mengetahui kebenaran data yang telah diperoleh dari informan.

b. Melakukan *Peer Debriefing*

Dengan hasil temuan yang telah didapatkan dari lapangan ini kemudian kembali didiskusikan dengan teman-teman sejawat

pun atau dengan orang-orang yang banyak mengetahui tentang topik penelitian yang sedang diteliti.

c. Melakukan Triangulasi Data

triangulasi adalah suatu proses untuk meninjau kembali pada sumber data, data-data, dan teknik pengumpulan data. Sumber data ditinjau kembali dengan pemilihan informan menggunakan teknik *snowball sampling*. Selanjutnya, informan yang terpilih diminta untuk memberikan informasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, dalam rangka mengecek kembali kebenaran data, data-data yang berhasil didapatkan dari responden kemudian dibandingkan pun atau dikombinasikan.

2. *Transferability* (Keteralihan)

Dalam penelitian ini, validasi data yang telah dipaparkan dapat ditinjau melalui aspek keteralihan. Dengan kata lain, peneliti telah mencantumkan keseluruhan detail data secara rinci dan kredibel. Selanjutnya, guna membuktikan keabsahan data penelitian, hal ini ditentukan melalui kemampuan hasil penelitian untuk diterapkan di tempat lain yang berbeda.

3. *Dependability* (Ketertanggung) dan *Confirmability* (Kepastian)

Pada penelitian kualitatif, uji ketertanggung dilakukan dengan melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya kesan peneliti yang tidak melakukan suatu penelitian tetapi dapat menyajikan suatu data. Hal

ini yang disebut tidak dependable. Dalam ini, uji ketergantungan peneliti dilakukan dengan berdiskusi dengan dosen sebagai salah satu bentuk pengujian terhadap keseluruhan data hasil penelitian agar tetap kredibel.

Dalam penelitian kualitatif, uji kepastian ini menyerupai uji ketergantungan sehingga proses pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Adapun proses ini nantinya akan diuji oleh dosen yang bersangkutan terhadap segala data sehingga nantinya akan ditemukan kepastian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab empat ini peneliti akan menyajikan dan membahas hasil dan pembahasan mengenai *city branding* Kabupaten Jember pada tahun 2017-2022. Hal tersebut karena apabila membahas mengenai Jember, terlintas di pikiran terhadap karnalnya. Selain itu juga di karenakan di Jember terdapat *event* karnaval yang sudah diakui secara nasional dan internasional, *event* tersebut bernama *event* Jember Fashion Carnaval atau biasa disebut dengan JFC. *Event* JFC ini sangat merubah image Jember yang mana apabila dibandingkan dengan sebelum adanya *event* ini, Kabupaten Jember memiliki tingkat daya tarik terhadap wisatawan khususnya mancanegara yang sangat minim. Namun hal tersebut berubah sesetelah *event* ini muncul dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui peran dari Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam *city branding* Kabupaten Jember untuk menarik wisatawan mancanegara pada tahun 2017-2022.

Untuk mengetahui bagaimana peran dari Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam *city branding* Kabupaten Jember, maka perlu adanya komparasi antara sebelum dan sesudah adanya JFC. Hal tersebut sesuai dengan hasil temuan data dalam bentuk angka dan pernyataan dari narasumber yang didapatkan. Maka dalam BAB ini peneliti akan menjelaskan mengenai popularitas Kabupaten Jember sebelum dan sesudah munculnya *Event* Jember Fashion Carnaval yang akan didukung oleh pernyataan dari narasumber terkait yang merupakan pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember yaitu Bapak Budi Satriyo selaku

Kepala Seksi Perencanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif, serta pernyataan dari Bapak David K. Susilo selaku *Director Program & Development of Jember Festival Fashion Carnival*. Selain itu juga terdapat data dukungan berupa angka kunjungan wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Jember, kemudian dilanjut dengan promosi wisata Kabupaten Jember sebelum dan sesudah adanya *event* Jember Fashion Carnival yang mana akan diperkuat dengan pernyataan dari narasumber terkait, kemudian di lanjutkan dengan *city branding* yang dilakukan oleh Kabupaten Jember pada tahun 2017-2022, kemudian untuk point terakhir membahas mengenai peran dari Yayasan Jember Fashion Carnival dalam *city branding* Kabupaten Jember.

A. Popularitas Kabupaten Jember Sebelum Adanya Jember Fashion

Carnaval

Jember merupakan salah satu kabupaten yang terletak di wilayah timur Provinsi Jawa Timur, dengan luas wilayah yang dimiliki sekitar 3.295,19 km² dan terdiri dari 31 kecamatan. Secara astronomis, Jember terletak pada posisi 7059'6" sampai 8033'56" Lintang Selatan dan 113016'28" sampai 114003'42" Bujur Timur. Selain itu Kabupaten Jember juga memiliki wilayah dengan karakter topografi dataran ngarai yang subur pada bagian tengah dan selatan dan dikelilingi pegunungan yang memanjang batas barat dan timur, yang mana Kondisi ini membuat wilayah tersebut sangat subur dan cocok untuk pertanian atau perkebunan. Selain itu dengan dikelilingi oleh pegunungan yang memanjang, yang mana Kondisi ini membuat wilayah tersebut memiliki iklim yang sejuk dan juga memiliki pemandangan yang indah karena adanya

pegunungan yang mengelilinginya. Apabila membahas mengenai wilayah administrasi Kabupaten Jember berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo dan Bondowoso di sebelah utara, Kabupaten Lumajang di sebelah barat, Kabupaten Banyuwangi di sebelah timur, dan berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia di sebelah selatan.³⁰

Melihat dari lokasinya, tidak heran apabila Kabupaten Jember memiliki potensi alam yang melimpah. Selain itu juga terdapat beberapa sektor unggulan bagi Kabupaten Jember sendiri, yaitu di antaranya sektor pendidikan, sektor budaya, sektor pertanian, dan sektor pariwisata.³¹ Pada sektor pendidikan, merupakan salah satu prioritas yang di tunjang oleh Pemerintah Kabupaten Jember selain sektor pertanian dan perkebunan. Pembangunan pada sektor pendidikan ini dilakukan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan mutu dan relevansi pendidikan. Selain itu Jember juga menjadi salah satu pusat pendidikan yang ada di wilayah Jawa Timur selain Surabaya dan Malang. Banyak orang dari berbagai wilayah di Indonesia meneruskan pendidikannya di Jember. hal tersebut karena Jember memiliki perguruan tinggi negeri yaitu Universitas Negeri Jember serta beberapa perguruan tinggi swasta dan pondok pesantren.

Sektor lain yang menjadi sektor terkuat dalam menunjang kinerja perekonomian Jember, yaitu sektor pertanian. Hal ini dapat dilihat dari segi

³⁰ Diakses melalui website resmi Pemerintah Kabupaten Jember, <https://www.jemberkab.go.id/selayang-pandang/geografis-dan-topografi/>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2023 pukul 13.43 WIB.

³¹ Candra, "STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE JEMBER SEBAGAI WORLD FASHION CARNAVAL CITY," Hal. 30.

topografi wilayah Jember yang sangat mumpuni dalam hal pengembangan tanaman pangan dan tanaman perkebunan. Wilayah Jember memiliki topografi yang beragam, dengan dataran rendah, dataran tinggi, dan pegunungan. Keberagaman topografi ini menciptakan kondisi lingkungan yang berbeda-beda, yang memungkinkan pengembangan berbagai jenis tanaman pangan dan perkebunan. Di dataran rendah, tanaman padi, jagung, kedelai, ubi kayu, dan kacang tanah dapat ditanam dengan baik. Di daerah yang lebih tinggi, seperti di lereng gunung, tanaman teh, kopi, coklat, dan kelapa juga dapat tumbuh dengan baik. Selain itu, Jember juga dikenal sebagai daerah penghasil tembakau, karet, dan kelapa sawit.³²

Melihat dari potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Jember, tak heran apabila Jember telah mengalami beberapa fase identitas seperti Jember Kota Tembakau, Jember Kota Santri dan Jember Kota Pandhalungan.

a) **Jember sebagai Kota Tembakau**

City branding pertama yang dilakukan oleh Kabupaten Jember adalah Jember sebagai Kota Tembakau. Strategi ini hanya dapat dilakukan pada hal identitas saja. Munculnya identitas Jember sebagai Kota Tembakau karena dilihat dari sejarahnya yang mana pada awalnya Jember merupakan suatu kota kecil yang sepi dan terisolir serta memiliki keterkaitan dengan penerapan sistem kapitalisme yang berwujud perkebunan partikelir oleh pemerintah kolonial Belanda pada abad ke-19. Pada masa itu, Belanda

³² Diakses melalui website resmi Pemerintah Kabupaten Jember, <https://www.jemberkab.go.id/bupati-jember-promosikan-potensi-pertanian-di-ibukota/>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2023 pukul 13.43 WIB.

memperkenalkan sistem ekonomi kapitalis di wilayah jajahannya, termasuk di Jember. Mereka mendorong pendirian perusahaan perkebunan partikelir dengan memberikan kemudahan-kemudahan seperti pembebasan pajak, akses lahan yang luas, dan pembebasan tenaga kerja dari kewajiban militer.³³

Dalam konteks Jember, pendirian perusahaan perkebunan tembakau dimulai oleh George Birnie yang kemudian bekerja sama dengan dua pengusaha Belanda yaitu AD Van Gennep, dan Mr. C. Sandenberg Matthiesen pada tanggal 21 Oktober 1859 bernama NY LMOD (*Landbouw Maatscappij Oud Djember*).³⁴ Dengan adanya perusahaan perkebunan tembakau di daerah Jember, maka Jember menjadi sentra area penanaman tembakau yang terkenal. Hal ini memicu semakin banyak pemodal untuk mendirikan perusahaan perkebunan di daerah ini, seperti *Djelboek Tabak Maatscappij*, *Maatscappij Tabak Goemelar*, *Maatscappij Tabak Soember Djeroek*, *Besoeki Tabak Maatscappij*, dan masih banyak lagi yang lainnya.³⁵

Perkebunan-perkebunan ini mempekerjakan banyak tenaga kerja lokal sebagai buruh tani yang bekerja di perkebunan untuk menghasilkan komoditas tembakau yang dijual ke pasar global. Seiring dengan pertumbuhan perkebunan tembakau, menjadi awal dari pertumbuhan ekonomi di Jember. Perkebunan-perkebunan ini tumbuh dan berkembang pesat, dan memberikan pengaruh besar pada perkembangan sosial, budaya,

³³ Jannah, "Jember Fashion Carnival (JFC) Identitas Kota Jember Dan Diskursus Masyarakat Jaringan," Hal. 85.

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid.

dan politik di wilayah Jember sehingga hal inilah yang mengakibatkan pertumbuhan Kota Jember yang pesat.

Dari adanya sejarah tersebut menjadikan tembakau menjadi produk utama perkebunan di Jember, hingga menjadikan tembakau Jember menjadi populer yang tidak dapat dipungkiri. Hal ini dikarenakan para pengusaha tembakau di Jember memiliki tingkat keseriusan yang sangat tinggi dalam upaya pengelolaannya. Dari keseriusan tersebut berimbas pada perkembangan secara pesat daerah Jember dan mengubah status Jember yang dikenal dengan kota sepi dan terisolir menjadi kota yang terbuka dan memiliki tingkat kunjungan yang meningkat serta menjadikan Jember sebagai daerah penghasil tembakau terbesar di Jawa Timur dan salah satu daerah penanaman tembakau terbaik di Indonesia, hal ini karena keberhasilan Jember dalam menghasilkan tembakau berkualitas. Maka identitas Jember sebagai “Kota Tembakau” pun perlahan mulai melekat.³⁶

Pada awalnya, pembuatan *branding* Jember sebagai kota tembakau yaitu berasal dari pengusaha-pengusaha tembakau dari Jember pada tahun 1900-an yang ingin mengembangkan perusahaan tembakau mereka serta memperkenalkan produk tembakau kepada masyarakat luas agar dapat menguasai pasar tembakau. Dalam hal ini upaya yang mereka lakukan berhasil dan menjadikan Jember menjadi terkenal dan dikenal dengan sebutan “emas hijau” karena kontribusinya yang besar terhadap

³⁶ Ibid., Hal. 86.

perekonomian daerah. Hal tersebut terbukti dengan adanya boom tembakau di Jember yang terus berlanjut.³⁷

Pemerintah lokal baru mengkonstruksi *brand* Jember sebagai kota tembakau pada tahun 1960 hingga tahun 1970-an, ketika boom tembakau terjadi di daerah tersebut.³⁸ Dengan mem-*branding* Jember sebagai kota tembakau, pemerintah berharap dapat meningkatkan sektor perkebunan, terutama produksi tembakau, yang pada gilirannya akan meningkatkan pemasukan dan pendapatan daerah. Konstruksi *brand* ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk memperkenalkan Jember sebagai daerah yang kaya akan sumber daya alamnya, terutama dalam produksi tembakau yang berkualitas. Selain itu, *branding* ini juga bertujuan untuk meningkatkan popularitas Jember sebagai tujuan wisata.

Branding sebagai kota tembakau oleh Pemerintah Daerah Jember bertujuan untuk mempromosikan dan memperkuat identitas daerah sebagai penghasil tembakau terkenal di Indonesia. Dengan menggunakan daun tembakau sebagai simbol atau logo, Pemerintah Daerah Jember ingin menegaskan bahwa tembakau adalah salah satu komoditas utama yang dihasilkan oleh daerah tersebut.³⁹ Selain itu, Pemerintah Daerah Jember juga menginisiasi pembuatan tari khas Jember, yaitu Tari Labako, yang berisi cerita mengenai daun tembakau. Hal ini menjadi salah satu upaya

³⁷ Candra, "STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE JEMBER SEBAGAI WORLD FASHION CARNAVAL CITY," Hal. 36.

³⁸ Ibid.

³⁹ Diakses melalui website resmi Pemerintah Kabupaten Jember, <https://www.jemberkab.go.id/selayang-pandang/lambang-daerah/>. Diakses pada tanggal 8 Maret 2023 pukul 17.08 WIB.

b) Jember Sebagai Kota Santri

Dalam hal ini Jember telah melakukan *city branding* yang kedua, yaitu dengan Jember dikenal sebagai "Kota Santri" karena memiliki banyak pondok pesantren dan kegiatan keagamaan yang kuat. Pada *city branding* Jember ini sama dengan *city branding* sebelumnya yang hanya dapat dilakukan pada identitas saja. Dapat disebut sebagai kota santri karena Konstruksi sebagai kota santri ini dapat ditelusuri dari peran penting yang dimainkan oleh para kiai atau ulama di daerah ini. Dua tokoh yang sangat berpengaruh dalam mengembangkan dan mempertahankan identitas Jember sebagai kota santri adalah K.H Achmad Siddiq dan Bupati Abdul Hadi.⁴¹

K.H. Achmad Siddiq adalah seorang kiai yang sangat dihormati di Jember dan memiliki pengaruh yang besar dalam masyarakat pada tahun 1915. K.H Siddiq datang ke Jember untuk berdagang sekaligus menyebarkan pendidikan agama Islam di daerah tersebut. Ketertarikan masyarakat Jember untuk belajar lebih banyak tentang Islam akhirnya mendorong K.H Achmad Siddiq untuk mendirikan sebuah pesantren. Pesantren tersebut kemudian diberi nama Pondok Pesantren Kiai Siddiq. Pondok pesantren ini menjadi salah satu lembaga pendidikan Islam terbesar dan paling terkenal di Jember. K.H Achmad Siddiq juga aktif dalam kegiatan dakwah dan keagamaan di daerah ini, serta banyak memberikan nasihat dan bimbingan kepada masyarakat sekitar.⁴²

⁴¹ Jannah, "Jember Fashion Carnival (JFC) Identitas Kota Jember Dan Diskursus Masyarakat Jaringan," Hal. 89.

⁴² Ibid., Hal. 89.

Perkembangan Pondok Pesantren Kiai Siddik tidak hanya menarik minat santri dari Jember, tetapi juga dari daerah lain. Dengan diteruskannya warisan K.H Achmad Siddiq oleh anak dan menantunya, Jember akhirnya menjadi daerah yang memiliki banyak pesantren dibandingkan daerah sekitarnya. Dari sinilah muncul citra baru Jember sebagai kota santri karena banyaknya santri yang datang untuk menimba ilmu di Jember. Bahkan ada yang menyebut Jember sebagai "Kota Seribu Pesantren".

Jejak religius ini dikembangkan oleh Bupati Jember saat ini yaitu Abdul Hadi yang terus mengembangkan kehidupan beragama di Jember. Beliau adalah salah satu bupati yang memimpin Jember dari tahun 1968-1973 dan melanjutkan masa jabatannya yang kedua dari tahun 1974-1979. Abdul Hadi merupakan sosok yang populer dan fenomenal dalam sejarah kepemimpinan di Jember. Popularitasnya disebabkan oleh dukungan luas dari masyarakat Jember, termasuk para ulama. Selama kepemimpinannya, Abdul Hadi juga sangat terlibat dalam kegiatan keagamaan dan memperkuat identitas Jember sebagai kota santri. Selain itu juga Abdul Hadi menggagas berbagai program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, termasuk pengembangan pesantren dan pendidikan Islam. Beliau juga mendirikan Pondok Pesantren Al-Munawwir, yang kemudian menjadi salah satu pesantren terkemuka di Indonesia. Upaya Abdul Hadi dalam mengembangkan kehidupan beragama di Jember juga membuatnya mendapat julukan "Bupati Santri," yang berarti "Bupati Santri."⁴³

⁴³ Ibid., Hal. 90.

Kepemimpinan Abdul Hadi memperkuat citra Jember sebagai kota santri yang religius. Hal ini dibuktikan dengan dibangunnya Masjid Al Baitul Amien. Pembangunan masjid ini menegaskan bahwa pada saat itu, masyarakat Jember sangat antusias dalam menjalankan agama Islam dan ingin melihat perkembangannya di Jember semakin meningkat. Ketika Abdul Hadi merencanakan pembangunan Masjid Al Baitul Amien, ia mendapat dukungan besar dari para ulama.⁴⁴ Para ulama percaya bahwa pembangunan masjid ini sangat penting dan harus bertahan setidaknya untuk satu generasi, berfungsi sebagai pusat ibadah dan simbol penyebaran Islam di Jember.

Terdapat pula motto trilogi pembangunan Pemerintah Daerah Kabupaten Jember dibawah kepemimpinan Bupati Abdul Hadi yang telah menjadi sarana bagi pembangunan moral masyarakat Jember yang lebih religius. Dengan menerapkan nilai-nilai ini, diharapkan dapat memperkuat keimanan dan akhlak masyarakat serta membangun tatanan masyarakat yang lebih adil dan makmur. Trilogi yang dimaksud berbunyi,⁴⁵

- a) *Taqwallah*, yaitu taqwa kepada Allah SWT yang dalam artian melaksanakan segala perintah-Nya dan meninggalkan segala larangan-Nya.
- b) *Ahlakul Karimah*, yaitu berpegang teguh pada budi pekerti yang mulia.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid., Hal. 92.

- c) *Ilmu Amaliyah* dan *Amal Ilmiah*, yang berarti selalu berusaha untuk menambah dan meningkatkan ilmu dan dinyatakan di dalam amal perbuatan untuk mewujudkan tatanan masyarakat adil dan makmur berlandaskan Pancasila.

Dari yang telah dijelaskan, dua tokoh yang mengkonstruksi identitas Jember sebagai kota santri yang religius adalah KH Abdullah Syafe'i dan KH Mas Mansyur. Identitas ini kemudian memberikan citra atau image Jember sebagai kota yang kental dengan nuansa agama Islam. Hal ini menunjukkan bahwa Jember tidak hanya dikenal dengan hasil perkebunannya, tetapi juga dapat berkembang sebagai pusat pendidikan berbasis agama Islam. Identitas Jember yang religius ini memberikan fondasi yang kuat bagi pembangunan pendidikan di Jember. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika para kiai atau ulama di Jember memiliki pengaruh yang kuat dalam segi sosial, kultural, dan politik. Hal ini terlihat jelas pada masa kepemimpinan Bupati Abdul Hadi, dimana trilogi pembangunan yang diterapkan didasarkan pada nilai-nilai agama Islam yang diwakili oleh para kiai dan ulama di Jember.

Namun dengan *city branding* Kabupaten Jember sebagai Kota Santri dirasa masih memiliki kekurangan dalam upaya menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Jember. hal ini karena pemerintah kabupaten Jember tidak memiliki tujuan dari adanya branding Jember ini sebagai upaya menarik wisatawan mancanegara, serta tidak adanya cara

Madura. Pada kelompok besar, orang Jawa menepati bagian barat dan selatan Jember, berbeda dengan orang Madura yang menepati Jember bagian utara dan timur Jember. Kemudian pada daerah Jember bagian tengah merupakan kelompok orang Madura dan Jawa yang tercampur menjadi satu. Sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah pendatang Jawa dan pendatang Madura dinilaiimbang di wilayah Jember bagian tengah, maka dari itulah kuantitas penutur bahasa Jawa dan Madura dinilai hampir sama. Akibat dari adanya kondisi ini, muncullah budaya yang baru dan merupakan hasil dari perpaduan antara budaya Jawa dan Madura.⁴⁷

Secara etimologis, kata "pandhalungan" berasal dari kata "dalung" yang berarti dulang besar yang terbuat dari logam. Namun, secara simbolik, pandhalungan memiliki arti sebagai wilayah yang menampung beragam kelompok etnis dengan latar belakang budaya yang berbeda dan melahirkan proses hibridisasi budaya.⁴⁸ Hal ini tidak hanya berlaku untuk variasi bahasa yang muncul di wilayah tersebut, tetapi juga pada budaya yang lahir akibat perpaduan antara budaya Jawa dan Madura, di mana tidak ada yang benar-benar Jawa atau benar-benar Madura. Pandhalungan adalah wilayah yang menggambarkan keragaman dan perpaduan budaya yang khas di Indonesia.

Pandhalungan memang lahir dari percampuran budaya di Jember Tengah, namun konstruksi identitas Jember sebagai "Kota Pandhalungan" dibentuk oleh pemerintah daerah dengan tujuan untuk mengangkat budaya

⁴⁷ Ibid., Hal. 41.

⁴⁸ Ibid.

asli Jember yang sebelumnya belum pernah muncul ke permukaan. Hal ini dilakukan karena sebagian besar penduduk di Jember adalah pendatang dan daerah tersebut dianggap tidak memiliki kekuatan tradisi budaya yang kuat.⁴⁹ Pemerintah sadar bahwa kekuatan budaya daerah harus terus ditingkatkan karena memiliki potensi yang besar, dan *brand* Pandhalungan dibuat sebagai upaya untuk memperkuat identitas budaya Jember dan menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut.

Dalam hal ini untuk memperkuat *brand* Pandhalungan, pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jember telah menginisiasi sejumlah festival Pandhalungan. Festival-festival ini diadakan dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya Pandhalungan ke masyarakat luas dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke Jember, baik dari dalam maupun luar negeri. Dalam festival Pandhalungan ini, biasanya ditampilkan berbagai seni dan budaya tradisional Jember, seperti tari, musik, pakaian adat, kuliner, serta pertunjukan kesenian lainnya. Diharapkan dengan adanya festival Pandhalungan ini, masyarakat akan semakin mengenal dan mencintai budaya lokal Jember, serta meningkatkan industri pariwisata di daerah tersebut.

Namun hal itu tidak didukung dengan strategi *city branding* lainnya seperti komunikasi dan koherensi. Festival pandhalungan ini tidak dilakukan secara rutin setiap tahunnya dan minimnya media yang meliput festival pandhalungan tersebut. Sedangkan dalam melakukan *city branding*

⁴⁹ Ibid., Hal. 42.

yang ditujukan untuk menarik wisatawan mancanegara perlu adanya konsistensi dari kegiatan *city branding* itu sendiri dan didukung dengan komunikasi serta media yang meliput sehingga dapat meningkatkan eksistensi dari *city branding* itu sendiri.

Selain itu, dengan letak wilayah pada Kabupaten Jember sendiri yang dikelilingi oleh pegunungan yang memanjang sehingga membuat Jember memiliki pemandangan yang dapat menunjang pada sektor pariwisata khususnya. Selain itu, Jember memiliki beberapa keunggulan sebagai lokasi wisata seperti keindahan alam, budaya, kuliner. Dalam hal keindahan alam dengan letak yang dimiliki Jember, jember memiliki tak sedikit spot wisata alam seperti Pantai Bandalit, Pantai Rajegwesi, Pantai Teluk Hijau, Pantai Sukamade dan Pantai Batu yang terdapat di dalam Taman Nasional Meru Betiri.⁵⁰ Selain itu juga terdapat Pantai Watu Ulo, Pantai Payangan, Pantai Pasir Putih Malikan (Papuma), Pantai Puger, Pantai Rowo Cangak. Selain pantai juga terdapat air terjun eksotis yang terdapat di Jember, seperti Air terjun Tancak, Air Terjun Tujuh Bidadari, Air Terjun Anjasmoro dan masih banyak lagi.

Dengan kekayaan alam dan potensi wisata yang dimiliki oleh Jember, diperlukan adanya upaya promosi wisata yang berfungsi untuk memberitahukan, membujuk, atau meningkatkan minat konsumen atau wisatawan baik dalam skala nasional maupun internasional untuk berkunjung ke daerah atau destinasi wisata yang ada di Jember. Promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten

⁵⁰ Liputan 6, "Dynand Fariz, Presiden Jember Fashion Carnival Meninggal Dunia," n.d. <https://www.liputan6.com/jatim/read/4921633/melancong-ke-jember-ini-daftar-potensi-wisata-alam-hingga-kuliner-wajib-dicoba>. Pada tanggal 11 Maret 2023. Pukul 14.04 WIB.

Jember yaitu melalui berbagai media seperti iklan, brosur, website, media sosial, dan kegiatan promosi lainnya. Dengan melakukan promosi yang efektif, dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah tersebut yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi daerah tersebut melalui sektor pariwisata.⁵¹

Dalam upaya mempromosikan wisata masih dikatakan minim, karena Pemerintah Kabupaten Jember belum menemukan alat yang dapat menunjang promosi wisata yang ada di Jember ke masyarakat luas. Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember yaitu bapak Budi Satriyo selaku Kepala Seksi Perencanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif, bentuk promosi wisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember yaitu berupa,⁵²

- a) Buku panduan wisata, yang mana buku panduan wisata ini berisi mengenai informasi terhadap tempat wisata, penginapan yang dapat di gunakan selama berwisata di Jember, restoran, transportasi, serta lain hal yang berkaitan dengan pariwisata.
- b) Selain itu juga terdapat brosur dan pamflet. Brosur dan pamflet ini dibagikan di pusat informasi turis, hotel, tempat transportasi umum dan tempat-tempat wisata yang ada di Jember.

⁵¹ NADIYA MAGHFIROTUS S, "TATA KELOLA PROMOSI WISATA BERBASIS KOLABORASI PADA OBYEK WISATA MENOREH 'KEBUN TEH NGLINGGO' TAHUN 2018" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020), Hal. 8.

⁵² Wawancara dengan Bapak Budi Satriyo, pada tanggal 27 Februari 2023 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember.

- c) kemudian terdapat pula iklan di media cetak yang mana seperti surat kabar, majalah yang mencantumkan informasi mengenai tempat wisata.

Selain beberapa hal yang telah dilakukan tersebut, Pemerintah Kabupaten Jember telah berupaya untuk mempromosikan wisata Jember dengan menggunakan identitas “Kota Tembakau” yang disandangnya sebagai alat dalam mempromosikan wisata. Namun hal tersebut juga masih dirasa kurang memberikan dampak yang signifikan dalam upaya menarik wisatawan mancanegara serta sektor pariwisata Jember itu sendiri. Para pengusaha Tembakau datang ke Jember hanya untuk melakukan transaksi jual-beli tembakau.⁵³ Namun dengan adanya hal tersebut setidaknya dapat dikatakan berhasil dalam menarik masyarakat internasional untuk datang ke Kabupaten Jember, walaupun tujuan awal mereka datang ke Jember tidak untuk berwisata di Jember. Hal ini menandakan bahwasannya dengan potensi yang dimiliki oleh Jember serta dengan identitas yang disandang oleh Jember sebagai “Kota Tembakau”, dapat menjadi upaya yang perlu dikembangkan untuk menarik wisatawan mancanegara guna berwisata dan menikmati keindahan alam yang tersedia di Jember dan hal tersebut dapat menjadi salah satu upaya atau alat oleh Pemerintah Kabupaten Jember untuk mempromosikan wisata.

Penjelasan diatas menjelaskan terkait popularitas Kabupaten Jember sebelum adanya Yayasan Jember Fashion Carnival, yang dimana dalam hal ini Jember memiliki tiga identitas terdahulu yaitu “Jember sebagai Kota Tembakau”, “Jember sebagai Kota Santri” dan “Jember sebagai Kota

⁵³ Ibid.

Pandhalungan”. Dari ketiga identitas yang dimiliki oleh Jember tersebut, Pemerintah Kabupaten Jember lebih mengedepankan identitas sebagai Kota Tembakau. Hal ini karena kualitas dari tembakau Jember telah di gandrungi oleh masyarakat Internasional. Dari identitas yang dipilih tersebut juga dapat digunakan sebagai salah satu upaya untuk mempromosikan wisata yang ada di Jember. Dengan upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember tidak memberikan hal yang signifikan terhadap Kabupaten Jember khususnya dalam hal menarik wisatawan mancanegara.

Dari penjelasan diatas telah dijelaskan bahwasannya dari ketiga bentuk dari *city branding* yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember hanya dapat dilakukan pada strategi *city branding* identitas saja, tidak pada komunikasi, penentuan tujuan dan koherensi karena dari ketiga bentuk dari *city branding* tersebut tidak melibatkan media sebagai sara komunikasi dalam melakukan *city branding* dan juga dengan tujuan yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Jember tidak fokus untuk melakukan upaya dalam hal menarik wisatawan mancanegara, hal tersebut dibuktikan dengan tidak adanya konsistensi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Jember dalam membentuk suatu daya tarik bagi calon wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Jember.

B. Popularitas Kabupaten Jember Setelah Adanya Jember Fashion Carnaval

Branding “Kota Tembakau” yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember dinilai kurang memberikan dampak yang signifikan dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara serta popularitas Kabupaten Jember. Hal

tersebut didukung oleh pernyataan dari Bapak Yungky Pamorratu selaku pegawai di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember yang mengatakan bahwasannya dengan di *brandingnya* identitas Jember sebagai Kota Tembakau belum memberikan dampak yang signifikan dalam bidang pariwisata untuk menarik wisatawan mancanegara. Terlihat dari jumlah wisatawan yang terdata di beberapa objek wisata tembakau yang ada di Jember.⁵⁴ Namun hal ini perlahan mendapat jawaban dengan munculnya suatu tawaran identitas baru bagi Jember, yaitu munculnya Jember Fashion Carnaval.

Dalam perkembangan Jember di tahun 2000-an, muncul fenomena baru yang signifikan yaitu Jember Fashion Carnaval (JFC). Jember Fashion Carnaval (JFC) merupakan sebuah *event* tahunan yang secara visualnya adalah suatu seni yang dipertunjukkan berbentuk karnaval (pawai atau arak-arakan) yang sifatnya pada masa kini dan tentunya tidak meninggalkan identitas dari budaya Indonesia itu sendiri. Selain itu juga menjadi *event catwalk* dengan panjang 3,6 KM yang dilakukan di pusat Kabupaten Jember, sekaligus menjadi *event catwalk* terpanjang didunia.

Fenomena ini memiliki pengaruh besar terhadap identitas Kota Jember di kalangan masyarakat lokal maupun internasional. Pemberitaan media massa mengenai JFC dan Jember terbilang massal, sehingga memunculkan pertanyaan mengenai identitas Kota Jember pada saat itu. Apakah Jember masih diidentikkan dengan kota tembakau, kota religious atau kota asimilasi budaya,

⁵⁴ Wawancara dengan Bapak Yungky Pamorratu, Amd. Par. Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tanggal 21 Maret 2023 via platform whatsapp.

ataukah kini telah menjadi kota karnaval fashion dunia. Fenomena JFC diyakini mampu menegosiasi identitas Kota Jember, karena karnaval ini menjadi ajang promosi dan representasi budaya serta kreativitas masyarakat Jember. Dalam hal ini, JFC dapat dipandang sebagai media yang mampu memperkenalkan Kota Jember ke seluruh dunia melalui tampilan busana dan atraksi yang spektakuler. Dalam proses ini, media massa memegang peran penting sebagai mediator antara JFC dan masyarakat luas. Berita-berita yang ditayangkan oleh media massa mengenai JFC dan Jember mempengaruhi persepsi dan konstruksi identitas Kota Jember dalam masyarakat.

Munculnya Jember Fashion Carnival atau JFC di Jember juga menunjukkan sisi multikultural Jember. Komposisi penduduk Jember memang sangat beragam dan multikultural. Masuknya JFC ke wilayah sosial-kultural Jember bisa dimaklumi mengingat hingga hari ini Jember agak sulit menemukan budaya-budaya asli Jember. Sejarah pembentukan Kota Jember menunjukkan bahwa komposisi masyarakat Jember adalah pendatang yang kemudian bercampur dan membentuk kultur "Pendalungan". Dengan budaya "Pendalungan" tersebut, akhirnya berproses untuk bercampur dengan multikultural budaya sehingga tidak bisa dipungkiri kalau JFC menjadi identitas Kota Jember yang relatif modern dan baru. JFC dapat dipandang sebagai bentuk adaptasi masyarakat Jember terhadap perubahan zaman dan globalisasi, yang memungkinkan masyarakat Jember untuk mengekspresikan kreativitas mereka dalam bentuk busana dan atraksi karnaval yang spektakuler. Hal ini membuka kesempatan bagi masyarakat Jember untuk berpartisipasi dan menampilkan budaya mereka

kepada dunia. Dengan demikian, JFC memperlihatkan identitas Kota Jember yang modern, multikultural, dan kreatif. Identitas ini terbentuk melalui proses interaksi yang kompleks antara masyarakat Jember, media massa, dan pengunjung dari luar Jember. Sehingga, JFC tidak hanya menjadi ajang promosi dan representasi budaya serta kreativitas masyarakat Jember, tetapi juga menjadi bagian dari identitas kota tersebut.

Perjalanan budaya Jember yang asli dan tidak asli sedikit sulit digambarkan karena sejarah dan perkembangan budaya di Jember sangat kompleks dan dipengaruhi oleh banyak faktor. Selama ini, yang terjadi adalah transisi budaya Madura dan transisi budaya Jawa di wilayah Jember. Wilayah pendalungan di Jember memiliki komposisi penduduk yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia, seperti Madura dan Jawa. Mereka kemudian bercampur dan membentuk budaya baru yang dikenal sebagai budaya "Pandalungan". Meskipun sulit untuk mengidentifikasi budaya asli Jember, namun budaya "Pandalungan" ini dapat dianggap sebagai budaya asli Jember karena merupakan hasil adaptasi dan inovasi dari masyarakat Jember. Namun, jika dilihat dari segi geografis, wilayah utara Jember lebih banyak dihuni oleh masyarakat Madura dan wilayah selatan lebih banyak dihuni oleh masyarakat Jawa.⁵⁵ Hal ini membawa pengaruh pada corak budaya dan bahasa yang digunakan di wilayah tersebut. Dalam hal ini, identitas Kota Jember dapat dianggap sebagai hasil dari transisi budaya Madura dan Jawa yang terjadi di wilayah pendalungan, yang

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Budi Satriyo, pada tanggal 27 Februari 2023 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember.

kemudian berkembang menjadi budaya yang unik dan khas. JFC sebagai bentuk ekspresi kreativitas masyarakat Jember, dapat dianggap sebagai bagian dari identitas kota yang modern, multikultural, dan kreatif.

Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil wawancara bersama Bapak David K. Susilo selaku *Director Program & Development of Jember Festival Fashion Carnaval*, JFC ingin menjadikan Jember memiliki *Image* yang berbeda, unik dan unggul dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya. Karnaval JFC yang diadakan memiliki tema yang trendi dan mengikuti tren dunia saat ini. Dengan mengangkat tema yang unik dan menarik, diharapkan akan mampu menghasilkan efek positif pada potensi pariwisata lainnya yang ada di Jember. Dalam hal ini, JFC menjadi inovatif dan kreatif dalam mempromosikan potensi wisata daerahnya. JFC mengangkat budaya lokal dan memadukannya dengan tren mode internasional, sehingga mampu menarik minat wisatawan dari dalam dan luar negeri. Dengan mengadakan karnaval mode yang spektakuler, JFC berhasil mempromosikan potensi wisata daerahnya secara luas dan efektif. Oleh karena itu, dengan terus mengembangkan potensi wisata daerahnya dan memadukan dengan tren mode internasional, JFC dapat menjadikan Jember sebagai kota wisata mode yang terkenal di Indonesia bahkan di dunia. Hal ini akan berdampak pada meningkatnya popularitas yang mana salah satu alat ukur yang dapat mengatakan demikian yaitu dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan dan kemakmuran daerah.⁵⁶

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak David K. Susilo, pada tanggal 15 Desember 2023 di Imperial Ballroom Pakuwon Surabaya.

Dengan tujuan JFC, tentunya membuat popularitas Jember semakin meningkat. Tidak hanya dikenal dengan potensi alam berupa tembakaunya, perlahan jember dikenal pula dengan karnavalnya. Jember perlahan telah dikenal oleh masyarakat domestic maupun mancanegara. Hal tersebut juga didukung dengan pernyataan Bapak Budi Satriyo selaku Kepala Seksi Perencanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif, bahwasannya memang jelas dan sangat signifikan dengan hadirnya Jember Fashion Carnival sudah dapat dirasakan. Salah satu contoh yang mengatakan hal ini terlihat yaitu dalam hal penginapan seperti hotel yang ada di Jember, satu bulan sebelum pelaksanaan JFC pesanan kamar hotel sudah full *terbooking* oleh wisatawan yang datang ke Jember.⁵⁷

Selain itu dengan adanya JFC membuat Jember memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat dunia. Hal yang sama dikatakan oleh Bapak Budi Satriyo yang mana masyarakat umum dari Indonesia maupun mancanegara akan selalu teringat apa bila mendengar kata “Jember” dengan “karnavalnya” dan membuat wisatawan domestik dan mancanegara akan selalu ingin berkunjung ke Jember untuk menikmati *event* karnaval yang ada di Jember. selain itu dapat terlihat dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2010-2022. Pada tahun tersebut mengatakan bahwasannya terjadi peningkatan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara ke Kabupaten Jember dengan adanya *event* Jember Fashion Carnival.⁵⁸

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Budi Satriyo, pada tanggal 27 Februari 2023 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember.

⁵⁸ Ibid.

dunia, serta adanya kebijakan pemerintah pusat mengenai PPKM berskala besar-besaran yang menutup pintu masuk ke wilayah Indonesia sehingga hal tersebut berdampak pada penurunan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara. Namun hal tersebut perlahan meningkat pada tahun berikutnya yaitu 2021 dan 2022 untuk kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestic. Hal ini mengatakan bahwasannya dengan adanya *event* Jember Fashion Carnaval memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap popularitas Kabupaten Jember yang semakin meningkat dengan adanya *event* Jember Fashion Carnaval. Melihat hal tersebut, menunjukkan bahwa JFC telah mampu memperkenalkan Jember sebagai kota karnaval fashion yang unik dan menarik perhatian dunia, serta mempromosikan identitas Kota Jember yang baru. Sebagai kota kecil di Indonesia, Jember berhasil menarik perhatian dunia melalui JFC, yang dianggap sebagai salah satu karnaval fashion terbesar di Asia bahkan dunia. Dalam konteks ini, JFC tidak hanya membangun identitas Kota Jember sebagai kota karnaval fashion dunia, tetapi juga memperkuat identitas Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan kreativitas.

Dengan adanya Jember Fashion Carnaval tersebut digunakan sebagai wadah bagi Pemerintah Kabupaten Jember untuk melakukan promosi wisata. Hal ini selaras dengan pernyataan dari bapak Budi Satriyo, yang mana mengatakan dapat di analogikan seperti suatu perahu besar dan perahu besarnya yaitu Jember Fashion Carnaval sedangkan layar-layarnya merupakan promosi wisata, semua potensi yang dimiliki oleh Jember. Dengan demikian, melalui pintu atau usahanya JFC Kabupaten Jember dapat mempromosikan wisatanya ke sasaran yang ingin dituju

yaitu calon wisatawan.⁵⁹ Adapun promosi wisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember yaitu :⁶⁰

a. Membuat video promosi wisata.

Hal ini dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember dengan menampilkan objek wisata yang ada di Kabupaten Jember, seperti air terjun, pantai dan objek wisata lain yang ada di Jember. Video tersebut kemudian diunggah di berbagai platform media sosial seperti Instagram dan Youtube yang bernama @Pemkabjember dan @Pariwisatajember. Selain itu juga terdapat pada situs website resmi Pemerintah Kabupaten Jember untuk memperkenalkan wisata Jember kepada masyarakat luas.

b. Menggelar acara-acara wisata.

Pemerintah Kabupaten Jember juga dapat dikatakan sering untuk menggelar acara-acara wisata seperti pada tahun 2022 terdapat *event* Jember Fishing Tourism (JFT) yang bertujuan bentuk promosi atas keindahan alam Jember.⁶¹ Pada Tahun 2017 terdapat *event* Karnaval bernama Jember Fashion Carnival (JFC) yang salah satu tujuannya yaitu mempromosikan Kabupaten Jember berskala Internasional. Pada tahun 2016-2022 terdapat kegiatan Selling Mission Tourism and Investment yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dengan tujuan menarik wisatawan domestic dan

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Budi Satriyo, pada tanggal 27 Februari 2023 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember.

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Budi Satriyo, pada tanggal 27 Februari 2023 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember.

⁶¹ Dikutip dari website resmi Pemerintah Kabupaten Jember “Jember Fishing Tourism, Ajang Promosi Keindahan Alam Jember” pada tanggal 15 Maret 2023, pukul 14.26 WIB.

mancanegara dengan promosi wisata,⁶² Kemudian terdapat Festival Jember Kota Cerutu Indonesia yang di selenggarakan dengan tujuan mempromosikan wisata Kabupaten Jember dan masih ada banyak kegiatan yang dilakukan di Kabupaten Jember dalam hal promosi wisata Jember.

c. Dikembangkannya infrastruktur dalam pariwisata.

Pemerintah kabupaten Jember tentunya melakukan pengembangan pada infrastruktur pada pariwisata seperti halnya memperbaiki jalan serta melakukan pembangunan fasilitas umum yang berada di sekitar objek wisata. Hal ini dilakukan dengan tujuan mempermudah akses wisatawan menuju objek wisata dan juga diberikannya kenyamanan pada saat fase berlibur.

d. Disediaknya informasi wisata.

Pemerintah kabupaten Jember menyediakan berbagai macam informasi wisata yang didalamnya menyangkut tentang objek wisata, hotel, restoran, hingga kegiatan wisata lainnya dengan cara menggunakan brosur, buku panduan, peta wisata, serta situs web resmi dari pariwisata Jember.

e. Adanya kerja sama dengan pihak swasta.

Pemerintah Kabupaten Jember tentunya juga bekerja sama dengan para pihak swasta seperti halnya hotel hingga agen wisata yang bertujuan untuk mempromosikan wisata Jember. Hal ini dilakukan dengan cara diberikannya diskon khusus kepada wisatawan yang berkunjung ke Jember dengan melalui program kerja sama yang ada tersebut.⁶³

⁶² Dikutip dari website resmi Pemerintah Kabupaten Jember “Selling Mission Wisata Di Jember 2021” pada tanggal 15 Maret 2023, pukul 14.42 WIB.

⁶³ Wawancara dengan Bapak Yungky Pamorratu, Amd. Par. Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tanggal 21 Maret 2023 via platform whatsapp.

Hal tersebut dilakukan pula dengan melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat dan melihat peluang yang tersedia sehingga dengan melakukan berbagai macam promosi wisata seperti yang telah di jelaskan, Pemerintah Kabupaten Jember berharap dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Jember dan pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian daerah dalam jangka waktu yang panjang.

C. Peran Yayasan Jember Fashion Carnaval Sebagai Katalisator *City branding* Kabupaten Jember

Berdasarkan pengertian dari Lewis yang mengatakan bahwa, peran NGO sebagai katalisator yaitu sesuatu yang menyebabkan perubahan, oleh karena itu peran katalisator dapat diartikan sebagai kemampuan NGO untuk menginspirasi, memfasilitasi, atau berkontribusi untuk meningkatkan pemikiran atau tindakan yang mempromosikan perubahan. Hal tersebut relevan dengan apa yang telah dilakukan oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval, karena Yayasan Jember Fashion Carnaval membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap *city branding* Kabupaten Jember khususnya dalam menarik wisatawan mancanegara. Seperti yang telah di jelaskan pada penjelasan sebelumnya, popularitas Jember mengalami peningkatan setelah adanya Event Jember Fashion Carnaval. Dalam hal tersebut, Yayasan Jember Fashion Carnaval melakukan beberapa strategi *city branding* untuk menginspirasi, memfasilitasi, dan untuk meningkatkan pemikiran atau tindakan yang mempromosikan perubahan. Hal ini mengacu pada strategi *city branding* yang dikatakan oleh Andrea Insch, terdapat empat

strategi *city branding* yaitu *identity* (identitas), *objective* (penentuan tujuan), *communication* (komunikasi) dan *coherence*.

a) *Identity* (Identitas)

Identitas Kabupaten Jember yang sebelumnya yaitu “Kota Tembakau”, “Kota Santri” dan “Kota Pandhalungan”, dirasa tidak memberikan dampak yang signifikan dalam upaya memberikan identitas yang kuat terhadap Kabupaten Jember di kancah Internasional. Hal ini berdampak pada upaya menarik wisatawan mancanegara yang kurang maksimal selain itu juga kurang memberikan daya tarik khusus kepada calon wisatawan mancanegara. Melihat hal tersebut Jember memerlukan identitas baru yang dapat mengangkat nama Jember di kancah nasional maupun internasional. Pada tahun 2003, muncul tawaran identitas baru untuk Jember menjadi “Kota Karnaval”. Hal ini dimunculkan oleh seorang *designer* yang juga merupakan pemuda asli Jember, yaitu Dynand Fariz.

Dari adanya tawaran baru tersebut, direalisasikan dengan didirikannya Yayasan Jember Fashion Carnaval di Kabupaten Jember yang mana kegiatan utama yang dilakukan oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval adalah menyelenggarakan *Event* Jember Fashion Carnaval. *Event* JFC dilaksanakan secara konsisten disetiap tahunnya. Yang mana pada *event* ini ditujukan sebagai suatu bentuk dari identitas baru bagi Jember. *Event* ini bertema *fashion* dan *carnaval*, hal ini selaras dengan identitas apa yang ingin di buat oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval kepada Kabupaten Jember sebagai “Kota Karnaval”.

Dengan munculnya identitas baru berupa “Kota Karnaval”, mendapatkan komentar dari para turis mancanegara yang datang ke Jember. Seperti yang dikatakan oleh Max Boon salah satu turis asal Belanda yang mengatakan bahwa ia sangat terkesan dengan event JFC karena unik dan dapat menyuguhkan penampilan yang sangat menarik selain itu juga ia mengatakan bahwa Jember telah berhasil menjadi “Kota Karnaval” dengan JFCnya.⁶⁴

b) *Objective* (Penentuan Tujuan)

Dalam hal ini, Dynand Fariz selaku pendiri dari Yayasan JFC sekaligus *event* JFC, memiliki tujuan untuk mengangkat nama Jember di kancah nasional dan internasional khususnya sebagai Kota Karnaval. Selain itu juga sebagai trobosan terkait program yang telah dilakukan oleh pemerintah yaitu dalam hal penentuan identitas. Munculnya identitas baru Jember sebagai “Kota Karnaval” dengan *event* JFC nya, diharapkan menjadi magnet tersendiri bagi calon wisatawan untuk berkunjung ke Jember. Berdasarkan dari proposal event JFC, hal ini sesuai dengan tujuan dari event JFC yaitu untuk menjadikan Jember sebagai trendsetter kota mode dan karnaval dunia serta mendatangkan wisatawan domestik dan mancanegara.⁶⁵ Hal tersebut didukung dengan pernyataan Bapak Budi Satriyo yang mengatakan dengan munculnya JFC ini memang dikhususkan sebagai suatu cara untuk dapat menarik wisatawan

⁶⁴ Dikutip melalui Tempo.com “Jember Fashion Carnaval Disukai Turis Asing”.
<https://travel.tempo.co/read/507129/jember-fashion-carnaval-disukai-turis-asing> diakses pada tanggal 27 April 2023. Pada pukul 22.53 WIB.

⁶⁵ Dikutip melalui JFC proposal yang diberikan oleh Bapak David K. Susilo. Hal 29.

mancanegara. Seperti halnya *event* JFC pada tahun 2018 dan 2019, setelah ditetapkannya Jember sebagai Kota Karnaval bertaraf Internasional oleh Kementerian Pariwisata ditahun 2017. Pada *event* JFC tahun 2018, berhasil mengundang sebanyak 100.000 wisatawan domestik dan 325 wisatawan mancanegara pada tahun 2018, pada tahun 2019 meningkat dengan jumlah wisatawan domestik sejumlah 150.000 dan mancanegara 385 orang.

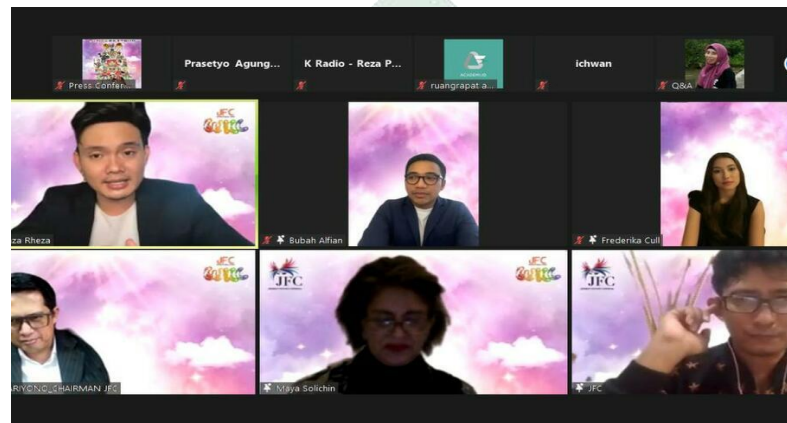
Hal tersebut membuktikan bahwasannya *event* JFC memberikan pengaruh dan kontribusi pada identitas Kabupaten Jember sendiri dan dapat membantu dalam mengangkat perekonomian Kabupaten Jember, hal tersebut terbukti dengan penuhnya kamar hotel di wilayah Jember. Pada tahun 2018 sejumlah 1.900 kamar telah habis terjual dan menghasilkan sebesar Rp 1,95 miliar, dan pada tahun 2019 jumlah kamar meningkat menjadi 2.200 kamar yang habis terjual dengan menghasilkan Rp 2,53 miliar. Data tersebut dialami selama empat hari berlangsungnya *event* JFC.⁶⁷ Yang mana, dalam hal ini dikatakan berbeda dengan tahun sebelum-sebelumnya yang hanya 1.400 kamar yang terjual. Melihat hal tersebut mengatakan bahwasannya dengan adanya JFC ini memberikan dampak yang signifikan dalam hal menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara, serta berpengaruh terhadap perekonomian Kabupaten Jember.

⁶⁷ Dikutip melalui website resmi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan “Jember Fashion Carnaval: Mengangkat Busana Nusantara Ke Tingkat Dunia” pada tanggal 15 Maret 2023, pada pukul 23.24 WIB.

Pada tahun 2020, penyelenggaraan Jember Fashion Carnaval mengalami perubahan signifikan karena pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia. JFC memutuskan untuk mengubah sistem penyelenggaraannya menjadi online atau virtual, sehingga para peserta tidak lagi berkumpul dan tampil di Jember, tetapi melakukan pertunjukan busananya di negara masing-masing dengan pengaturan waktu yang telah disepakati sebelumnya. Namun, dengan adanya keterbatasan akibat pandemi Covid-19, Jember Fashion Carnaval memprakarsai *World Kids Carnival* (WKC) yang merupakan karnaval virtual pertama dan terbesar di dunia. Acara ini bekerjasama dengan NPO WKM (*World Kids Museum*) Jepang, dan diikuti oleh 13 negara dari 5 benua, termasuk Indonesia, Jepang, India, Filipina, Australia, Serbia, Bosnia dan Herzegovina, Hungaria, Kanada, Afrika Selatan, Uganda, Senegal, dan Nigeria. WKC dilaksanakan pada 22 November 2020 dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat di Jember. Masyarakat dapat menyaksikan *event* ini melalui Youtube Jember Fashion Carnaval. Meskipun mengalami perubahan dalam penyelenggaraannya, JFC tetap berhasil mengadakan acara yang sukses dan menarik minat dari peserta di berbagai negara.⁷² Perubahan ini menunjukkan kesungguhan JFC dalam beradaptasi dengan kondisi yang ada dan menghasilkan inovasi baru untuk mempertahankan eksistensinya sebagai karnaval fashion terbesar di Indonesia. Dalam hal ini

⁷² Antara, "Digelar Virtual, JFC 2020 Hadirkan Konsep 'World Kids Carnival,'" n.d. <https://jatim.antaranews.com/berita/433088/digelar-virtual-jfc-2020-hadirkan-konsep-world-kids-carnaval>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023, pada pukul 23.15 WIB.

walaupun *event* JFC dilakukan dalam keadaan yang berbeda, namun tidak menghilangkan identitas asli dalam *event* itu sendiri. Yang mana dalam *event* tersebut juga tetap dilakukan oleh JFC yang tetap membawa nama Kabupaten Jember dikancah Internasional.



Gambar 4.8, *Event* JFC tahun 2020 yang dilakukan secara online

Sumber : <https://timesindonesia.co.id/english/262905/jfc-2020-will-be-postponed-due-to-coronavirus-outbreak>

Kemudian pada tahun 2021 mengusung tema *Viture Fantasy* yang mana akan menampilkan kostum terbaik dari JFC ke-11 hingga ke-19, ditambah satu tema baru. *Event* JFC dilaksanakan Kembali namun membawa sedikit perubahan yaitu dengan *hybrid*. Yang mana dalam *event* ini undangan yang berasal dari Indonesia dapat melihat langsung *catwalk* yang dilakukan oleh JFC di dalam Gedung, yaitu di pusatkan di ballroom salah satu hotel di Jember sedangkan untuk undangan dari mancanegara dapat melihat melalui *platform* Youtube Jember Fashion Carnival. Budi Setiawan selaku Ketua Yayasan JFC mengatakan bahwasannya dalam *event* JFC tahun 2021 ini akan dipadukan pula dengan program destinasi wisata di Jember, sehingga dapat diikuti oleh para tamu dan wisatawan

Salah satu cara yang dilakukan oleh Yayasan JFC dalam menjaga konsistensi dan kualitas event JFC yaitu dengan melakukan kegiatan pengembangan terhadap para aktor yang terlibat didalam event JFC. Kegiatan tersebut yaitu dengan melakukan pelatihan-pelatihan bagi para *talent*. Perlu adanya pelatihan-pelatihan terhadap para peserta yang akan turut serta dalam *event* tersebut. Hal ini telah dilakukan oleh Yayasan JFC, yang mana kegiatan pelatihan ini dilakukan pada kurun waktu yang telah ditentukan yaitu pada 4 bulan sebelum *event* JFC ini dilakukan, yang mana dilakukan seminggu satu kali. Namun ketika sudah satu bulan mendekati *event*, pelatihan dilakukan setiap hari di Gedung Jember Fashion Carnaval Center.

Berdasarkan pernyataan dari Ibu Likha selaku anggota dari Yayasan JFC, Yayasan JFC membagi menjadi dua tim pelatihan, yaitu tim manajemen dan tim kreative.⁷⁴ Pelatihan dan pendampingan tersebut ditujukan kepada para *talent*, kemudian untuk volunteer hanya diberikan pengarahan dari tim manajemen.

1. Tim Kreative, tim ini berisikan para pelatih dari Yayasan JFC yang terdiri dari beberapa pelatihan. Dalam tim ini terdapat 3 pelatihan yang mana pelatihan tersebut seperti:
 - a. *Pelatihan Make Up*, dalam pelatihan ini mengajarkan kepada *talent* tentang bagaimana cara make up sesuai dengan karakter

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Likha, pada tanggal 26 Maret 2023 pukul 16.25 WIB via platform whatsapp.

yang diperankan oleh masing-masing *talent*. Pada pelatihan ini tidak dipungut biaya namun alat make up menjadi tanggung jawab pribadi.

- b. *Pelatihan fashion show*, dalam pelatihan ini mengajarkan kepada *talent* tentang bagaimana cara berjalan dan memerankan karakter yang di perankan oleh masing-masing *talent*. Pada pelatihan ini tidak dipungut biaya sama sekali.
- c. *Pelatihan pembuatan kostum*, dalam pelatihan ini mengajarkan kepada *talent* bagaimana cara membuat kostum dari karakter yang diperankan oleh masing-masing *talent*. *Talent* diajarkan bagaimana cara mengukir, mengukur kostum sehingga menjadi costume yang memiliki nilai karakteristik yang tinggi dan dapat memukau para penonton yang hadir dalam setiap *event* JFC.



Gambar 4.11, Pelatihan yang dilakukan oleh Yayasan Jember Fashion Carnival kepada para peserta

Sumber : data yang didapatkan dari ibu Likha selaku anggota Yayasan JFC

2. Tim Manajemen, Tim ini berisikan para pengawas dari setiap pelatihan tim kreative. Dalam hal ini tim manajemen membawahi dari seluruh tim kreative serta memberikan arahan kepada pelatih dari tim kreative yang memberikan pelatihan kepada para *talent*.

Dalam penjelasan diatas telah menjelaskan bahwasannya peran Jember Fashion Carnaval sebagai katalisator sudah dapat menjalankan empat strategi *city branding* dalam upaya menarik wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dilihat dengan identitas Kota Karnaval yang muncul dan diikuti dengan tujuan yang diinginkan diraih baik oleh Pemerintah Kabupaten Jember dan Yayasan Jember Fashion Carnaval. Selain itu juga Yayasan JFC telah berhasil melakukan komunikasi untuk memaksimalkan dan mensukseskan event JFC ini dan mengapai tujuan dari Yayasan JFC dalam menarik wisatawan mancanegara. Selain itu koherensi antara Yayasan Jember Fashion Carnaval dan Pemkab Jember sejalan dalam menarik wisatawan mancanegara melalui event JFC ini.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

City branding yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember sebelum adanya event JFC ini dirasa kurang maksimal dalam menjalankan strategi *city branding*, sebab Pemerintah Kabupaten Jember hanya dapat menjalankan satu strategi *city branding* yaitu dalam membuat identitas. Dengan identitas yang dibentuk tersebut tidak dapat mengangkan nama Jember di kancan Internasional sekaligus menjadi daya tarik sendiri bagi para wisatawan mancanegara untuk dapat berkunjung ke Jember.

Hal tersebut berbeda setelah event JFC diadakan pada tahun 2003 di Kabupaten Jember. dengan adanya event JFC ini di Kabupaten Jember memberikan dampak yang cukup signifikan bagi Kabupaten Jember khususnya dalam hal menjadi daya tarik bagi wisatawan. Yayasan Jember Fashion Carnaval hadir dengan membawa peran katalisator dengan berhasil melakukan keempat strategi *city branding*. Yayasan telah berhasil membuat identitas baru yang dapat menjadi gerbang utama bagi wisatawan mancanegara untuk dapat mengenal Jember lebih jauh lagi. Dengan adanya identitas tersebut, Yayasan JFC telah menentukan tujuan untuk dapat menaikkan nama Jember di kancan Internasional khususnya dalam menarik wisatawan mancanegara. Hal ini didukung dengan media-media lokal maupun asing yang menjadi wadah komunikasi bagi Yayasan dalam mempromosikan dan menarik minat wisatawan mancanegara. Kemudian dengan adanya ketiga strategi tersebut membuat

Yayasan JFC dan melakukan konsistensi dalam mengadakan event tersebut agar mencapai tujuan utama dari Yayasan JFC dan Pemerintah Kabupaten Jember dalam upaya menarik wisatawan mancanegara.

B. Saran

Dengan ini peneliti memberikan saran kepada Pemerintah Kabupaten Jember melalui progress yang kini telah dicapai, contoh saja pada kolaborasi yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember dan Yayasan Jember Fashion Carnaval dalam membuat Kampung Kreatif JFC agar terus dikembangkan hampir diseluruh kecamatan yang ada di Jember. selain itu juga memberikan mannequin di setiap tempat umum seperti stasiun, terminal, bandara, objek wisata, serta hotel atau penginapan yang ada di Jember. hal ini perlu dilakukan sebagai salah satu upaya dalam mempertahankan hawa sebagai “Kota Karnaval” pada saat wisatawan datang ke Jember.

Peneliti juga berharap, untuk Pemerintah Kabupaten Jember dan Yayasan Jember Fashion Carnaval konsisten dalam mempromosikan Jember sebagai Kota Cerutu Indonesia. Hal ini disebabkan karena melihat potensi Jember dalam hal Tembakau khususnya tembakau *na oogst* dan *voor oogst* yang sangat melimpah ruah dan sangat digemari oleh investor mancanegara khususnya eropa, selain itu menjadikan Jember sebagai Kota penghasil tembakau terbaik di Jawa Timur. Melihat hal ini peneliti harapkan JFC dapat selalu konsisten di setiap gelaran *eventnya* dan dapat menyaingi karnaval terbesar didunia yang terletak di Brazil yaitu karnaval Rio De Janeiro.

Daftar Pustaka

Buku

- Afan Gaffar, *Politik Indoneisa: Transisi Menuju Demokrasi*. Yogyakarta (Pustaka belajar, 2006), Hal. 200.
- Blanton, S. L., & Kegley, C. W. (2020). *World politics: Trend and transformation*. Cengage Learning, hal 18-19.
- Hanan Hazime, "From *City branding* to *E-Brands* in Developing Countries: An Approach to Qatar and Abu Dhabi" 5(12) (December 3, 2010): Hal. 4731-4745.
- Keith Dinnie, *City branding: Theory and Cases*, 1 (Palgrave Macmillan London, 2010), Hal. 13.
- Michalis Kavaratzis, "From City Marketing to *City branding*: Towards a Theoretical Framework for Developing *City Brands*," *Henry Stewart* 1 (June 30, 2004): Hal. 60-66.
- Noeleen Heyzer, James V. Riker, and Antonio B. Quizon, *GOVERNMENT-NGO RELATION IN ASIA PROSPECTS AND CHALLENGES FOR PEOPLE-CENTRED DEVELOPMENT* (United State of America: ST. MARTIN'S PRESS, INC., 1995), Hal. 77.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 1(1).
- Singer, J. D. (1961). The level-of-analysis problem in international relations. *World Politics*, 14(1), 77-92.

Dikutip melalui Laporan Kegiatan LEGACY 2022 yang diberikan oleh narasumber.

Dikutip melalui website resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember, “Biro & Agen Perjalanan Wisata”. Pada tanggal 25 Maret 2023, pukul 16.42 WIB.

Dikutip melalui website resmi Jember Fashion Carnaval “Pengurus JFC Priode 2020-2021”

<https://www.jemberfashioncarnaval.com/2020/08/23/pelantikan-pengurus-organisasi-jfc-periode-2020-2021-pada-momentum-peringatan-hari-proklamasi-kemerdekaan-ri-ke-75/>. Pada tanggal 26 Maret 2023, pukul 11.37 WIB.

Dikutip melalui website resmi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan “Jember Fashion Carnaval: Mengangkat Busana Nusantara Ke Tingkat Dunia” pada tanggal 15 Maret 2023, pada pukul 23.24 WIB.

Dikutip melalui website resmi Pemerintah Kabupaten Jember “Gelaran JFC Siap Pacu Usaha Mikro Kabupaten Jember”,

<https://www.jemberkab.go.id/gelaran-jfc-siap-pacu-usaha-mikro-kabupaten-jember/>. Pada tanggal 25 Maret 2023, pukul 17.02 WIB.

Dikutip melalui <https://beritagar.id/artikel/berita/jember-fashion-carnaval-2019-targetkan-2-juta-wisatawan-pada-tanggal-28-Desember2022>, pukul 17.55 WIB.

Liputan 6, “Dynand Fariz, Presiden Jember Fashion Carnaval Meninggal Dunia,” n.d. <https://www.liputan6.com/jatim/read/4921633/melancong-ke-jember->

Wawancara dengan Bapak Budi Satriyo, pada tanggal 27 Februari 2023 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember.

Wawancara dengan Bapak Budi Satriyo, pada tanggal 27 Februari 2023 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember.

Wawancara dengan Bapak David K. Susilo, pada tanggal 15 Desember 2023 di Imperial Ballroom Pakuwon Surabaya.

Wawancara dengan Bapak David K. Susilo, pada tanggal 15 Desember 2022 di Imperial Ballroom Pakuwon Surabaya.

Wawancara dengan Bapak David K. Susilo, pada tanggal 3 Maret 2023 di Imperial Ballroom Pakuwon Surabaya.

Wawancara dengan Bapak Yungky Pamorratu, Amd. Par. Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tanggal 21 Maret 2023 via platform whatsapp.

Wawancara dengan Bapak Yungky Pamorratu, Amd. Par. Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tanggal 21 Maret 2023 via platform whatsapp.

Wawancara dengan Ibu Likha, pada tanggal 26 Maret 2023 pukul 16.25 WIB via platform whatsapp.