

EKSISTENSI DUTA WISATA BANYUWANGI (JEBENG-THULIK) DALAM KAJIAN BUDAYA

Aninditya Ardhana Riswari
Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia
email: anindityaar@gmail.com

Abstrak

Kehadiran Duta Wisata atau Duta Daerah diketahui memiliki berbagai keuntungan bagi dunia pariwisata di Indonesia. Terlebih, banyak kabupaten atau kota yang memanfaatkan Duta Wisata atau Duta Daerah sebagai 'wajah' baru guna mempromosikan berbagai pengembangan yang ada di daerahnya. Salah satunya seperti Kabupaten Banyuwangi yang memiliki Jebeng Thulik sebagai Duta Daerah, yang dipilih melalui proses kontestasi yang sangat unik dan ketat. Untuk itu penelitian ini disusun untuk menganalisis eksistensi Duta Wisata Banyuwangi (Jebeng-Thulik) melalui kajian budaya. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif melalui pendekatan budaya, di mana peneliti melakukan proses observasi terhadap kegiatan Jebeng Thulik sebagai sebuah peristiwa budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama, keberadaan Jebeng Thulik Banyuwangi telah dikukuhkan sebagai Duta Wisata Daerah sejak 1973 saat kepemimpinan Bupati Djoko Supaat Slamet. Bahkan kehadiran Jebeng Thulik masih terus eksis hingga saat ini, di mana konsep yang diusung berubah dari Duta Wisata menjadi Duta Daerah. Kedua, hingga saat ini keberadaan Jebeng Thulik dibawah oleh sebuah komunitas bertajuk Perkumpulan Jebeng Thulik Banyuwangi yang mengusung konsep paguyuban, di mana mereka dipersatukan dengan bentuk organisasi yang guyub, rukun, dan gotong royong. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa kehadiran Jebeng Thulik sebagai Duta Daerah muncul berkat kepedulian pemerintah setempat yang turut didukung oleh masyarakat, dan terus dikembangkan melalui sebuah komunitas bertajuk Perkumpulan Jebeng Thulik Banyuwangi.

Kata Kunci: Banyuwangi, Duta Daerah, Duta Wisata, Eksistensi, Jebeng Thulik

Abstract

The presence of Tourism Ambassadors or Regional Ambassadors is known to have various advantages for the world of tourism in Indonesia. Moreover, many regencies or cities use Tourism Ambassadors or Regional Ambassadors as new 'faces' to promote various developments in their regions. One of them is Banyuwangi Regency which has Jebeng Thulik as Regional Ambassador, who was selected through a very unique and rigorous contestation process. For this reason, this research was structured to analyze the existence of Banyuwangi Tourism Ambassadors (Jebeng-Thulik) through cultural studies. The method used is qualitative research through a cultural approach, in which researchers carry out the process of observing Jebeng Thulik activities as a cultural event. The results of the study show that, first, the existence of Jebeng Thulik Banyuwangi has been confirmed as a Regional Tourism Ambassador since 1973 during the leadership of Regent Djoko Supaat Slamet. Even the presence of Jebeng Thulik still exists today this, where the concept being promoted changed from Tourism Ambassador to Regional Ambassador. Second, until now the existence of Jebeng Thulik is supervised by a community called the Jebeng Thulik Banyuwangi Association which carries the concept of community, where they are united by a form of organization that is friendly, harmonious, and gotong royong. Therefore it can be concluded that the presence of Jebeng Thulik as a Regional Ambassador arose due to the concern of the local government which was also supported by the community, and continues to be developed through a community called the Jebeng Thulik Banyuwangi Association.

Keywords: Banyuwangi, Regional Ambassador, Tourism Ambassador, Existence, Jebeng Thulik

PENDAHULUAN

Kemajuan pariwisata sebuah daerah tentu dilatarbelakangi oleh berbagai faktor. Kekayaan alam dan buatan yang terjaga dengan baik, promosi daerah yang terus digencarkan, hingga faktor dukungan dari berbagai lapisan masyarakat,

terkhusus generasi muda menjadi salah satu patokan atas tingginya minat wisata maupun kunjungan di sebuah daerah.

Melalui beberapa dekade diketahui bahwa generasi muda selalu memiliki porsi yang mumpuni dalam rangka memperkenalkan diri atau tempat

mereka berkembang. Hal ini disebabkan, generasi muda yang disebut “melek teknologi” mampu menggunakan dan mengembangkan berbagai media yang ada di sekitarnya guna dijadikan “lahan” berekspresi atas keinginan menampilkan diri maupun tempatnya tinggal.

Konsep pariwisata kini tidak melulu berbicara soal warisan budaya benda atau tak benda, perjalanan, atau rekreasi (Agung & Wijaya, 2019). Lebih dari itu, pariwisata saat ini justru dikenal sebagai bentuk pengoptimalan sebuah daerah dalam rangka menghadirkan hiburan, pembangunan infrastruktur, pengembangan fasilitas umum, hingga terwujudnya lapangan pekerjaan baru (Ediyanti, 2021). Melalui hal tersebut tentu partisipasi masyarakat memiliki porsi tersendiri dalam rangka memajukan pariwisata sebuah daerah, karena masyarakat lah yang memiliki keyakinan atas apa yang mereka mau dan butuhkan untuk daerah tempatnya hidup dan berkembang (Dewi, 2013).

Salah satu peran dari proses partisipasi masyarakat khususnya generasi muda terhadap pengembangan potensi pariwisata adalah dengan menghadirkan Duta Wisata (Oktarina, 2015). Diketahui di Indonesia, masing-masing daerah memiliki Duta Wisata atau Duta Daerah yang memiliki tugas memperkenalkan, menjaga, dan mengembangkan wisata daerah yang berkolaborasi dengan pemerintah setempat. Sebuah penelitian di tahun 2020 menyebutkan bahwa Duta Wisata adalah sekumpulan anak muda (baik laki-laki maupun perempuan) yang dipilih melalui proses seleksi, yang memiliki tugas sebagai “kepanjangan tangan” dinas atau pemerintah untuk melakukan kegiatan pariwisata yang berkaitan dengan promosi daerah (EL ZUHRI, 2020). Serangkaian seleksi yang dilakukan pun hampir serupa dengan kontes kecantikan, di mana di dalamnya terdapat seleksi administrasi, tes tulis, wawancara, Bahasa Inggris, hingga *modelling* (As’Arie et al., 2019).

Kehadiran Duta Wisata di Indonesia, khususnya di setiap daerah tentu memiliki proses dan dinamika tersendiri. Seperti Abang-None DKI Jakarta yang disebut sebagai Duta Wisata tertua di Indonesia sebab telah hadir sejak tahun 1968 dan terus eksis hingga saat ini. Keberadaan Duta Wisata daerah dan keikutsertaannya di masyarakat turut terjadi di salah satu kabupaten di ujung timur Pulau Jawa yakni Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi memiliki sebutan unik dalam

menyebut Duta Wisata daerahnya yakni dengan Jebeng-Thulik yang juga merujuk pada kata muda mudi (Ardiana Sari, n.d.). Jebeng-Thulik sendiri merupakan panggilan dari Bahasa Using yakni bahasa asli Banyuwangi. Kata “jebeng” mengacu pada seorang perempuan yang masih gadis, sementara “thulik” merujuk pada sebutan laki-laki yang masih perjaka (Taji Hadziqin Nuha Abdul Qohar, 2022).

Diketahui bahwa Jebeng-Thulik Banyuwangi telah lahir dan muncul sejak tahun 1973 bahkan disebut sebagai salah satu kontes Duta Wisata daerah tertua di Indonesia setelah Abang-None Jakarta. Uniknya, Jebeng-Thulik tidak hanya menggagas konsep sebagai sebuah Duta Wisata atau Duta Daerah melainkan kontestasi ini terus berlanjut dan melebur menjadi bagian dari masyarakat Banyuwangi. Terbukti di mana di setiap tahunnya selalu ada antusias yang luar biasa dari para generasi muda di Banyuwangi untuk mengikuti kontestasi tersebut. Untuk itu penelitian ini disusun dengan tujuan menganalisis eksistensi kehadiran Duta Wisata Banyuwangi (Jebeng-Thulik) melalui perspektif budaya.

METODE

Penelitian ini bermaksud menjelaskan tentang eksistensi kehadiran Duta Wisata di Banyuwangi yakni Jebeng Thulik. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif melalui pendekatan budaya. Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti menggabungkan data-data lapangan dengan data pustaka yang dapat dipertanggung-jawabkan secara ilmiah.

Pada penelitian ini peneliti melakukan proses observasi, yakni pengamatan langsung pada kegiatan Jebeng Thulik sebagai sebuah peristiwa budaya. Peneliti turut menggunakan pendekatan hegemoni Gramsci untuk menganalisis Jebeng-Thulik sebagai salah satu fenomena kebudayaan. Di satu sisi, peneliti turut melakukan wawancara secara langsung kepada para generasi muda yang tergabung pada kegiatan Jebeng Thulik, termasuk dengan pengurus Perkumpulan Jebeng Thulik. Wawancara yang dilakukan bersifat terbuka karena dapat memberikan peluang terhadap penggalan informasi yang lebih detail. Untuk itu lokasi penelitian ini adalah di Kabupaten Banyuwangi, tepatnya di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dan Sekretariat Perkumpulan Jebeng Thulik Banyuwangi. Selain itu, penelitian ini juga

mencari studi pustaka atas penelitian atau bacaan terdahulu mengenai Jebeng Thulik atau Duta Wisata. Selanjutnya, analisis data pada penelitian ini dilakukan secara simultan, yakni berjalan seiring dengan pengumpulan data-data lapangan, data pustaka, dan menyajikannya dalam bentuk analisis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum dan Eksistensi Jebeng Thulik Banyuwangi hingga Saat Ini

Duta Wisata dikenal sebagai pasangan atau muda-mudi yang menjadi ikon/figur perwakilan sebuah daerah (Paul et al., 2017). Tentunya kehadiran mereka tidak serta-merta terpilih begitu saja. Seperti yang disampaikan sebelumnya, bahwa pemilihan Duta Wisata terjadi karena adanya serangkaian proses seleksi yang serupa dengan kontes kecantikan layaknya Putri Indonesia atau Miss Indonesia.

Merujuk pada penyampaian Kotler, bahwa melalui proses seleksi yang dilalui, tentunya seorang duta wisata memiliki kredibilitas, kemampuan, dan keahlian yang mumpuni. Hal ini disebabkan mereka dianggap sebagai “perwakilan” sebuah daerah untuk melakukan kegiatan promosi, pengenalan, bahkan menjadi “wajah” dari daerah tempat mereka bernaung. Tentunya, Duta Wisata juga tidak melulu berbicara soal fisik saja, melainkan harapannya mereka menjadi generasi yang berdedikasi tinggi terhadap kebudayaan dan pariwisata (Nancy R. Lee, 2011) (Kotler et al., 2004).

Hal ini lah yang turut muncul pada Jebeng-Thulik Banyuwangi. Bernaung di bawah sebuah komunitas bertajuk Paguyuban Jebeng Thulik Banyuwangi, duta wisata daerah bagi kabupaten di ujung timur Pulau Jawa ini ternyata tumbuh subur dengan antusias tinggi dari para anggotanya. Mengacu pada surat kabar Radar Banyuwangi tahun 1973, dituliskan gelaran pemilihan Jebeng-Thulik yang pertama kalinya diadakan bertujuan untuk memilih putra-putri yang dianggap cocok dan tepat dalam menggunakan pakaian adat Blambangan. Bahkan di zaman itu, penilaiannya telah meliputi tata rambut, tata rias, kepribadian, peragaan, keserasian hingga pengetahuan umum.



GAMBAR atas : Juara Jebeng Blambangan - Irawati Sumani siswa S.M.P.P.; Juara Tolek Blambangan - Nano Hermawan karyawan Telekomunikasi. Gambar bawah : Istri Bupati, ny. Lies Joko Supaat Slamet ketika menyematkan lencana tanda penghargaan.

Jebeng dan Tolek Blambangan

BANYUWANGI, (So. Post).- Dalam rangka HUT ke VIII Radio Khusus Pemerintah Daerah Suara Blambangan Banyuwangi, Jum'at dan Sabtu 27 dan 28 Februari yang lalu, di Gesora Blambangan telah diadakan pemilihan Jebeng dan Tolek Blambangan.

Pemilihan ini merupakan peristiwa yang pertama kali, dengan tujuan memilih seorang di antara peserta putra maupun putri yang tepat berbusana daerah Blambangan. Penilaian diarahkan pada jenis dan bentuk pakaian serta cara mengemukanya, tata rambut dan tata rias, kepribadian Banyuwangan, peragaan, keserasian dan pengetahuan umum.

Lomba ini diikuti oleh 45 peserta, putri 30 orang dan putra 15 orang. Penobatan dilakukan pada Sabtu malam dengan hasil:

Jebeng Blambangan : juara Irawati Sumani; runner up I Shinta Harsim; runner up II Yetti Ak.

Tolek Blambangan : juara Nano Hermawan; runner up I Hadi Susanto; runner up II Dani Dayat.

Kegiatan lain bertalian dengan HUT R.K.P.D. Banyuwangi itu ialah: lomba pemilihan bintang radio, lomba penulisan cerita pendek, lomba penulisan puisi bahasa Oseng (bhs. Banyuwangi), lomba cerdas tangkas.

Gambar 1. Cuplikan surat kabar Radar Banyuwangi mengenai pemilihan Jebeng-Thulik Banyuwangi tahun 1973

Kegiatan pemilihan Duta Wisata Daerah di Banyuwangi atau Jebeng-Thulik diketahui dimulai saat kepemimpinan Djoko Supaat Slamet. Merunut pada penyampaian Anoe-grajekti bahwa di era Bupati Djoko Supaat Slamet, pengembangan seni-tradisi di Banyuwangi mengalami proses pengembangan yang signifikan. Sebab di masa tersebut, Djoko Supaat Slamet ingin agar seniman maupun seni-tradisi di Banyuwangi berkembang secara aktif dan dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat (Anoe-grajekti et al., 2016).

Untuk itu, salah satu wujud dari hadirnya upaya peningkatan seni-tradisi adalah dengan menghadirkan generasi muda yang paham akan budaya melalui pemilihan Duta Wisata Daerah yang kemudian disebut sebagai Jebeng-Thulik. Pemilihan ini pun berlangsung ajeg, setiap tahunnya gelaran Jebeng-Thulik dilaksanakan, salah satunya untuk memperingati Hari Jadi Banyuwangi di tanggal 18 Desember.

Diketahui pula bahwa Jebeng Thulik tidak hanya muncul menjadi gelaran yang diusung atas nama kontestasi. Lebih dari itu, gelaran ini justru hadir sebagai “wadah” dalam rangka mempromosikan Banyuwangi yang bersifat gotong-royong dengan membentuk sebuah perkumpulan bernama Paguyuban Jebeng Thulik di tahun 1995. Di bawah naungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi, Paguyuban Jebeng Thulik cukup memiliki andil dalam rangka promosi wisata dengan mengikuti kegiatan pameran, *talent* dalam kegiatan festival, mendampingi Bupati dan pejabat dalam menerima tamu pemerintahan, hingga kegiatan kunjungan ke luar daerah.

Di gelar di setiap tahun, kegiatan pemilihan Jebeng Thulik diakui mengalami peningkatan yang signifikan. Setiap tahunnya kurang lebih sebanyak seratus lima puluh (150) hingga tiga ratus (300) muda-mudi dengan usia tujuh belas (17) tahun hingga dua puluh tiga (23) tahun bersiap mengikuti seleksi menjadi bagian dari Jebeng-Thulik. Padahal diketahui bahwa kontestasi Jebeng Thulik menjadi salah satu seleksi pemilihan Duta Wisata Daerah yang disebut cukup sulit. Prosesinya pun diakui cukup unik dan berbeda.

“Jebeng-Thulik Banyuwangi ini memiliki kekhasan yang berbeda dari kegiatan kontestasi pada umumnya. Kalau di beberapa daerah lain yang ditonjolkan adalah public speaking dan mungkin tata cara berpakaian, rias, atau kemampuan membawa diri, maka di Jebeng Thulik seleksi yang dilakukan lebih dari itu. Anak-anak bahkan dituntut untuk membuat program kerja seperti apa yang nantinya akan mereka lakukan saat sudah menjabat dan berperan sebagai seorang Jebeng atau Thulik.” (drh. Budiarto (alm), Pembina Jebeng Thulik Banyuwangi).

Tidak hanya dituntut memiliki program kerja yang mumpuni bagi daerah, Jebeng Thulik juga diharapkan mampu memahami Bahasa Using, yakni bahasa asli masyarakat Banyuwangi. Hal ini

disebabkan, dalam proses karantina, para Jebeng Thulik akan ditempatkan untuk tinggal selama kurang lebih lima hari di rumah penduduk asli Using atau mereka menyebutnya induk semang. Melalui proses ini, diharapkan Jebeng Thulik dapat mengetahui, mengerti, dan memahami pola hidup masyarakat Using secara lebih dekat. Bahkan uniknya para induk semang turut menganggap Jebeng Thulik sebagai bagian dari keluarga mereka. Tentu kondisi demikian mengisyaratkan bahwa Jebeng Thulik Banyuwangi tidak hanya berdiri sebagai Duta Wisata yang dianggap mampu bersolek dan memiliki wawasan saja, tetapi mereka juga harus mampu beradaptasi menghadapi realita kemasyarakatan di tempatnya hidup dan berkembang.

Selain itu, proses seleksi yang harus mereka hadapi tidak hanya terhenti pada seleksi hingga menjadi finalis saja. Melalui proses karantina, turut terdapat seleksi “tersembunyi” untuk memilih grand finalis sebanyak tiga (3) pasang. Seleksi “tersembunyi” ini dilakukan dengan melihat keaktifan, kepiawaian, dan kemahiran dalam memahami, mengetahui, dan menganalisis seluruh permasalahan yang disajikan.

Menelusuri lebih lanjut, selain memiliki proses seleksi dan karantina yang cukup unik, hal menarik lainnya yang menjadikan Jebeng Thulik berbeda dari Duta Wisata Daerah di kota atau kabupaten lain adalah, adanya prosesi meras Jebeng Thulik dan sajian tari ngelawung. Disampaikan oleh Riswari bahwa prosesi meras di Banyuwangi, erat kaitannya dengan meras Gandrung, yakni prosesi adat untuk mensahkan seseorang menjadi penari kesenian Gandrung (Riswari, n.d.). Hal tersebut lah yang ternyata turut diimplementasikan dalam pemilihan Jebeng-Thulik, di mana sesaat sebelum dimulai prosesi Malam Penobatan turut terdapat prosesi adat Meras Jebeng Thulik yakni mensahkan para muda-mudi finalis Jebeng Thulik menjadi Duta Wisata yang sesungguhnya, atau nama lainnya adalah melalui prosesi wisuda. Artinya, Jebeng Thulik tidak hanya menjelma menjadi sajian perlakonan untuk menentukan siapa yang menang atau kalah, lebih dari itu penobatan ini justru menjadi “ruang” sakral dalam menentukan generasi penerus yang bisa membawa harum nama Bumi Blambangan. Uniknya, prosesi ini terus terjadi setiap tahun. Biasanya, sebuah daerah dalam prosesinya akan menghilangkan atau, mungkin, meniadakan sajian kultur khas sebab

dianggap sudah tidak sesuai zaman. Namun, hal tersebut tidak berlaku bagi daerah bertajuk *The Sunrise of Java*, sebab kegiatan khas atas kultur kedaerahan tetap kental dilakukan salah satunya dengan menjadikan pemilihan Duta Wisata sebagai ruang sakral dalam mengemban amanah menjadi “wajah” perwakilan Banyuwangi.

Tidak hanya memiliki tradisi Meras Jebeng Thulik, melalui penelitian yang dilakukan, turut terdapat identitas lain yang membedakan Jebeng-Thulik dengan Duta Wisata di daerah lain, yakni pementasan Tari Ngelawung. Tari Ngelawung dibuat sejak tahun 2016 oleh salah seorang seniman Banyuwangi yang memang dikhususkan sebagai tarian khas Jebeng -thulik. Tarian ini biasanya disajikan sesaat setelah prosesi Meras Jebeng Thulik dilakukan pada Malam Penobatan. Tentunya kondisi ini turut mengisyaratkan bahwa Jebeng-Thulik benar-benar memiliki ruang khusus sebagai pembawa misi dalam rangka mengenalkan seni tradisi di Banyuwangi. Tidak hanya itu, kehadiran Jebeng-Thulik hendaknya juga memiliki “ruang” tersendiri pada tatanan seni-budaya di Banyuwangi.

Menelusuri lebih lanjut, diketahui bahwa eksistensi kehadiran Jebeng-Thulik di Banyuwangi disebut cukup signifikan. Hal ini disampaikan oleh beberapa alumni Jebeng Thulik yang mengaku mendapatkan privilese sesaat setelah menjadi bagian dari Jebeng Thulik.

“Nggak bisa dipungkiri, saat sudah jadi Jebeng, semua mata tertuju ke saya. Semua orang ingin tahu bagaimana saya berpakaian, berbicara, bahkan menyelesaikan masalah. Saya juga tidak bisa bohong, bahwa banyak keistimewaan yang saya dapatkan setelah menjadi Jebeng. Salah satunya, mengenai pekerjaan, saya alhamdulillah mudah sekali mendapatkan pekerjaan karena di data diri saya tertulis bahwa saya seorang Jebeng. Para rekruter tertarik dan banyak menggali potensi saya saat mengetahui saya merupakan alumni Jebeng.” (Panca, Jebeng Banyuwangi 2005, Ketua Perkumpulan Jebeng Thulik).

Tentunya kondisi demikian mengisyaratkan bahwa Jebeng-Thulik Banyuwangi diakui kehadiran dan kemunculannya di masyarakat. Bahkan, wawasan dan pengetahuan mereka turut dianggap memiliki nilai lebih yang berbeda sehingga mampu memberikan “ruang” eksplorasi bagi alumnusnya untuk tetap eksis dan hadir di tengah masyarakat. Tidak heran jika

kemudian setiap tahunnya terdapat kenaikan signifikan atas keikutsertaan generasi muda pada Jebeng-Thulik. Hal ini disebabkan, selain mendapatkan pengalaman dan materi yang menyenangkan, sebutan “Jebeng” atau “Thulik” yang melekat pada diri mereka turut membuat generasi muda ini memiliki keistimewaan yang berbeda, yang tentunya dianggap lebih mumpuni.

Dari Paguyuban Menjadi Perkumpulan

Paguyuban diketahui berasal dari kata guyub atau akur/bersama (Warjiyati, 2018). Paguyuban disyaratkan sebagai perkumpulan yang berdiri atas dasar kekeluargaan karena adanya pemahaman/harapan yang sama bagi para anggotanya. Untuk itu, paguyuban kerap merujuk pada perkumpulan yang sifatnya harmonis dan rukun. Di satu sisi, paguyuban lebih diketahui sebagai komunitas atau organisasi informal karena lebih mengedepankan prinsip persaudaraan, solidaritas, kebersamaan, dan anggota di dalamnya memiliki hubungan batin yang alami dan murni (Waluya, 2007).

Di sisi lain, paguyuban kerap diisyaratkan sebagai perkumpulan bagi masyarakat *rural-community*, atau masyarakat tradisional (Soemardjo, 2014). Hal ini disebabkan, sebagai sebuah perkumpulan, paguyuban cenderung mengedepankan rasa cinta kasih dan kebersamaan. Artinya, kepentingan yang diupayakan oleh paguyuban menitikberatkan pada kepentingan bersama karena kesamaan pemahaman/nasib, bukan menitikberatkan pada sesuatu yang bersifat “materil” atau “komersil” (Taufik & Justian, 2019). Diketahui bahwa Jebeng-Thulik Banyuwangi membentuk sebuah komunitas atau perkumpulan bernama Perkumpulan Jebeng Thulik, yang sebelumnya bernama Paguyuban Jebeng Thulik, yang dibentuk oleh sosok bernama Irwan yang juga merupakan mantan Thulik Banyuwangi. Perkumpulan ini bahkan telah terbentuk sejak tahun 1995. Mulanya perkumpulan ini mengusung istilah paguyuban sebab Jebeng-Thulik merupakan duta wisata yang mengacu pada kehidupan masyarakat *rural-community* di ujung timur Pulau Jawa. Oleh sebab itu diketahui bahwa perkumpulan ini tidak hanya sekadar ruang kumpul-kumpul, melainkan terdapat proses diskusi, pemecahan solusi, hingga program kerja tahunan yang diusung oleh anggotanya secara gotong royong demi memberikan nama baik bagi Banyuwangi.

Tentunya, “wadah” yang digunakan ini mengedepankan asas kekeluargaan tanpa adanya keinginan mementingkan materi atau keuntungan pribadi.

Semenjak tahun 2019, diketahui bahwa komunitas ini berubah nama menjadi Perkumpulan Jebeng Thulik. Terjadinya perubahan nama ini turut disahkan melalui badan hukum. Perubahan nama dan peresmian atas badan hukum disebabkan adanya keinginan untuk bisa mandiri dan legal sehingga nantinya dalam pembuatan program kerja, seluruh anggota di dalam komunitas tersebut terlindungi secara pasti.

Akan tetapi, meski terjadi perubahan nama dan adanya pengesahan komunitas di atas badan hukum tentunya tidak mengubah esensi dan bentuk kehadiran perkumpulan ini. Perkumpulan Jebeng Thulik tetap menjadi sebuah paguyuban yang guyub, rukun, dan gotong royong. Masing-masing anggota di dalamnya turut memberikan kontribusi nyata untuk berperan secara aktif dalam memberikan “warna” dan perubahan bagi Banyuwangi tanpa menuntut adanya keuntungan secara materi. Bahkan sejak tahun 2017 masing-masing angkatan di Jebeng Thulik, yang turut tergabung dalam Perkumpulan Jebeng Thulik, berupaya untuk membuka “ruang eksplorasi” seluas-luasnya untuk memberikan program kerja yang kreatif dan inovatif, yang berguna tidak hanya bagi Jebeng-Thulik tetapi juga untuk masyarakat Bumi Blambangan.

Tidak hanya itu, pengubahan nama atas paguyuban menjadi perkumpulan, juga tidak mengubah esensi apapun terkait ritual-ritual khas yang biasa dilakukan oleh kontestasi ini. Seperti kegiatan meras Jebeng Thulik, tarian ngelawung, hidup bersama induk semang, hingga melakukan serangkaian kegiatan adat dengan masyarakat Using tetap dilakukan secara turun temurun guna tetap memberikan kesan “adat” yang khas pada kehadiran Jebeng Thulik sebagai Duta Wisata Daerah.

Artinya, dalam kacamata budaya kehadiran perkumpulan ini sejatinya telah terbentuk atas dasar pemahaman dan nilai-nilai yang sama, yakni upaya untuk memberikan yang terbaik bagi tempat mereka hidup dan berkembang (Sanderan, 2020). Hal ini disebabkan, mereka turut memiliki kesamaan sebagai generasi yang “memiliki” Bumi Blambangan sebagai tanah kelahiran. Bahkan

mereka rela melakukan segala macam cara agar bisa memberikan perubahan dan kemajuan bagi tempat mereka tinggal. Tentunya semua dilakukan melalui metode kerjasama aktif antar anggota tanpa pandang bulu.

Di sisi lain, perubahan nama yang terjadi rupanya tidak mengubah tujuan utama dari dibentuknya perkumpulan ini. Justru keberadaan Paguyuban Jebeng Thulik, yang kemudian berubah nama menjadi Perkumpulan Jebeng Thulik, ternyata turut memiliki fungsi dalam rangka pelestarian kebudayaan yang diwujudkan dengan menjadikan Perkumpulan Jebeng Thulik sebagai wadah menjaga keberadaan Duta Wisata Daerah sebagai salah satu identitas kedaerahan dari Kabupaten Banyuwangi (Pertiwi, 2014).

Perubahan Nama Menjadi Duta Daerah

Merunut lebih jauh mengenai kehadiran Jebeng Thulik sebagai Duta Wisata Daerah ternyata tidak hanya memiliki perubahan pada nama perkumpulan. Ternyata, sejak tahun 2017 silam, Jebeng Thulik yang dikenal sebagai Duta Wisata turut mengalami perubahan menjadi Duta Daerah. Hal ini disebabkan, adanya keinginan Wakil Bupati Banyuwangi saat itu, Yusuf Widyatmoko, S.Sos., agar Jebeng-Thulik Banyuwangi dapat memiliki tugas dan mengemban amanah yang mencakup segala lini terkait persoalan di Banyuwangi. Artinya, Jebeng Thulik bukan hanya sebagai wakil daerah untuk mempromosikan wisata dan budaya, melainkan turut menjadi “kepanjangan tangan” yang ikut memperkenalkan Banyuwangi dalam berbagai aspek program pemerintah, seperti infrastruktur, pendidikan, ekonomi, hingga sains dan teknologi yang memang tengah digalakkan secara merata.

Oleh karena itu, perubahan nama ini turut memicu adanya penyesuaian mengenai kehadiran Jebeng Thulik. Jika mulanya Jebeng-Thulik hanya berfokus pada pengenalan seni budaya daerah atau sejarah, maka sejak tahun 2017, para finalis Jebeng Thulik Banyuwangi turut mengibarkan potensinya untuk mengenal Banyuwangi secara lebih dalam melalui materi dari berbagai instansi. Mereka pun dibentuk dan dicetak menjadi “wakil” Banyuwangi dalam berbagai bidang. Contohnya, jika di tahun-tahun sebelumnya (1973-2016) pemenang Jebeng-Thulik dikenal dengan Jebeng Banyuwangi, Thulik Banyuwangi, Wakil I, Wakil II, Harapan I, dan Harapan II, maka sejak tahun 2017 Jebeng-Thulik

Banyuwangi diketahui memberikan “gelar” yang berbeda bagi masing-masing pemenangnya dengan sebutan Duta Daerah (untuk juara pertama), Duta Lingkungan, Duta Persahabatan, dan sebagainya. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa kehadiran Jebeng-Thulik Banyuwangi hendaknya merupakan “wajah” perwakilan dari masyarakat dan pemerintah Banyuwangi untuk ke depannya melakukan promosi daerah di berbagai lingkup pembangunan.

Hegemoni Pada Jebeng Thulik Banyuwangi Sebagai Duta Daerah

Hegemoni mulanya dikemukakan oleh Antonia Gramsci, yang didasari atas pandangannya melihat kelompok dominan yang didukung oleh negara kemudian berusaha mengubah ideologi masyarakat (Cooley & Nexon, 2020) (Hannan & Abdillah, 2019). Baginya, ada dinamika yang terjadi antara kelompok pertama dengan kelompok kedua yang didasari atas kekuasaan (Syam, 2007). Namun, dalam hal ini hegemoni lebih menitikberatkan pada proses negosiasi. Artinya, terdapat proses diskusi yang mengarah pada kesepakatan, di mana kelompok dominasi merasa tidak mendapatkan perlawanan (Sugihartati, 2017). Sementara kelompok kedua turut mendapatkan keuntungan atas kesepakatan yang terjadi (Agung & Wijaya, 2019).

Melalui konsep hegemoni, kemudian muncul sebuah istilah baru yaitu hegemoni kebudayaan, yakni sebuah kondisi negosiasi berdasarkan hasil kesepakatan dari kelompok dominan dengan masyarakat/kelompok minoritas mengenai sesuatu yang terjadi atas akal budi manusia (Gunawan, 2020). Artinya, kultur khas atau kebiasaan masyarakat yang diyakini kehadirannya dijadikan sebagai patokan untuk meraih kesepakatan atas dasar kebudayaan (Badino & Omodeo, 2020).

Merujuk pada hegemoni kebudayaan Gramsci terdapat sebuah kondisi atau keadaan yang muncul dan terbentuk, yang dibangun oleh kesadaran kaum intelektual yang menghasilkan pengetahuan, nilai, norma, atau kebiasaan yang bersumber dari proses kejadian atas sesuatu yang dilakukan secara sadar dan tanpa paksaan (Hasibuan, 2020). Hal ini yang kemudian dapat dikaitkan pada eksistensi atau kehadiran Jebeng Thulik di Banyuwangi sebagai Duta Daerah. Diketahui pada penuturan sebelumnya bahwa

Jebeng-Thulik dibentuk oleh pemerintah, maka dalam kajian budaya, Jebeng-Thulik merupakan kontestasi yang memang sengaja dibentuk oleh “penguasa” untuk menghadirkan generasi muda bertalenta dalam rangka “membantu” pemerintah mempromosikan daerahnya. Uniknyanya, ini dilakukan secara sadar dan tanpa paksaan oleh anak muda, yang dalam hal ini ditempatkan sebagai kelompok kedua, yang rupanya turut didukung penuh oleh masyarakat setempat. Artinya, penciptaan pola atas kehadiran “wadah” promosi wisata yang disebut Jebeng-Thulik berhasil digaungkan sebagai bentuk kebiasaan atau wujud nilai baru dalam agenda promosi daerah. Bahkan kini kehadiran mereka bukan hanya merujuk pada kegiatan promosi wisata saja, melainkan Jebeng-Thulik turut andil dalam program pembangunan Kabupaten Banyuwangi mulai dari proses peng gagasan konsep pengembangan daerah hingga “pembawa pesan” atas keberhasilan penguasa, yang dalam hal ini ialah pemerintah.

Di sisi lain, kehadiran Jebeng-Thulik dengan tugas barunya sebagai Duta Daerah sejatinya turut mengusung konsep atas hegemoni kebudayaan yang merujuk pada kekuasaan pemerintah. Hal ini disebabkan, melalui istilah Duta Daerah, maka Jebeng Thulik juga diharapkan mampu menjadi “kepanjangan tangan” pemerintah untuk turut membantu memperkenalkan Banyuwangi dalam berbagai aspek pengembangan daerah, yang mengacu pada berbagai lini. Jika mulanya Jebeng-Thulik difokuskan pada agenda promosi wisata, kini berkat adanya proses negosiasi panjang antara pengurus Jebeng Thulik dengan pemerintah, maka Jebeng Thulik resmi berganti nama menjadi Duta Daerah dengan mengusung konsep atas cakupan “tugas” yang lebih luas, yang tidak hanya menjangkau dunia seni dan pariwisata saja, tetapi juga merujuk pada bidang lain yang berkaitan dengan pembangunan daerah. Proses negosiasi atas perubahan konsep nama tersebut yang rupanya turut melibatkan hegemoni kebudayaan, di mana pada situasi tersebut pemerintah bertindak sebagai “penguasa” yang memiliki “ruang” untuk mengarahkan, sebaliknya para Jebeng Thulik menerima dan menyepakati keputusan yang terjadi karena merasa merupakan bagian dari masyarakat Bumi Blambangan.

Melalui hal tersebut dapat diketahui bahwa kehadiran Jebeng-Thulik di Banyuwangi, bukanlah sekadar Duta Daerah yang menjalankan misi

promosi daerah. Lebih dari itu, Jebeng Thulik justru hadir sebagai “pembawa pesan” untuk mengkonsolidasi segala aspek yang ada di Banyuwangi, yang kemudian dapat disambungkan ke pemerintah, disosialisasikan pada masyarakat luas, dan dipromosikan ke berbagai wilayah. Terlebih, kehadiran Jebeng Thulik Banyuwangi bukan hanya upaya untuk memperkenalkan sebuah daerah, melalui kehadiran generasi muda yang pintar dan rupawan, justru Jebeng Thulik diketahui menjadi ‘wadah’ atas cerminan masyarakat Banyuwangi yang melestarikan tradisi dan peninggalan leluhur melalui perkumpulan yang guyub, rukun, serta gotong royong.

SIMPULAN

Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa kehadiran Jebeng Thulik sebagai Duta Daerah muncul berkat kepedulian pemerintah setempat yang turut didukung oleh masyarakat Bumi Blambangan, dan terus dikembangkan hingga saat ini melalui sebuah komunitas bertajuk Perkumpulan Jebeng Thulik Banyuwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, D. P., & Wijaya, A. (2019). Peran Paguyuban Duta Wisata “Sekargading” dalam Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Batang. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 1(1), 60–70.
- Anoegrajekti, N., Sariono, A., & Macaryus, S. (2016). *Kesenian Tradisi: Kebijakan Kebudayaan dan Revitalisasi Seni Tradisi Melalui Peningkatan Keinovasian dan Industri Kreatif Berbasis Lokalitas*.
- Ardiana Sari, M. (n.d.). *PERAN JEBENG THULIK SEBAGAI DUTA WISATA TERHADAP KEMAJUAN PARIWISATA DI KABUPATEN BANYUWANGI*.
- As’Arie, T., Mochammd, M. W., & Cahyono, B. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Finalis Dalam Pemilihan Duta Wisata Menggunakan Metode AHP dan TOPSIS (Studi Kasus: Asosiasi Duta Wisata Kab. Kutai Kartanegara). *Jurti (Jurnal Teknologi Informasi)*, 3(2), 2579–8790.
- Badino, M., & Omodeo, P. D. (2020). *Cultural hegemony in a scientific world: Gramscian concepts for the history of science*. Brill.
- Cooley, A., & Nexon, D. H. (2020). How hegemony ends. *Foreign Aff.*, 99, 143.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Ediyanti, E. S. (2021). *Karakteristik Pasar Parwisata Kota Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- EL ZUHRI, I. (2020). ANALISIS PERAN DUTA WISATA DALAM PROMOSI WISATA DAERAH. *Studi Pustaka*, 9(1).
- Gunawan, I. K. P. (2020). HEGEMONI KEKUASAAN EKONOMI TERHADAP AGAMA HINDU DAN KEBUDAYAAN DI BALI (KAJIAN FENOMENOLOGI). *Haridracarya: Jurnal Pendidikan Agama Hindu*, 1(1), 68–79.
- Hannan, A., & Abdillah, K. (2019). HEGEMONI RELIGIO-KEKUASAAN DAN TRANSFORMASI SOSIAL Mobilisasi Jaringan Kekuasaan dan Keagamaan Kyai dalam Dinamika Sosio-Kultural Masyarakat. *Sosial Budaya*, 16(1), 9–24.
- Hasibuan, A. (2020). Hegemoni Kebudayaan Jepang Dalam Novel Joseito Karya Dazai Osamu: Kajian Hegemoni Gramsci. *Janaru Saja: Jurnal Program Studi Sastra Jepang*, 9(2), 28–40.
- Kotler, P., Nebenzahl, I. D., Lebedenko, V., Rainisto, S., Gertner, D., Clifton, R., van Ham, P., Kalniņš, O., Morgan, N., & Papadopoulos, N. (2004). Where is place branding heading? *Place Branding*, 1(1), 12–35.
- Nancy R. Lee, P. K. (2011). *Social Marketing Influencing Behaviors for Good*. SAGE Publications.Inc.
- Oktarina, C. A. (2015). *Peran Cak dan Ning Surabaya dalam Strategi Promosi Kota Surabaya*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Paul, K. M., Pasoreh, Y., & Waleleng, G. J. (2017). Peranan Duta Pariwisata Randa Kabilasa dalam Mempromosikan Potensi Wisata Kota Palu. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 6(1).
- Pertiwi, M. N. (2014). Fungsi Paguyuban Kampung Batik Dalam Pelestarian Batik Semarang Di Kota Semarang. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 3(1).
- Riswari, A. A. (n.d.). Arena Penari Gandrung Sewu di Banyuwangi (Perspektif Bourdiue). *HUMANIKA*, 28(2), 97–110.

- Sanderan, R. (2020). Heuristika Dalam Pendidikan Karakter Manusia Toraja Tradisional.” *BLA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen Kontekstual*, 3, 306–327.
- Soemardjo, S. (2014). Increasing the Role of the Internet Service Center in Distric to Stimuli the Society towards Tourism Village. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 17(1).
- Sugihartati, R. (2017). *Budaya populer dan subkultur anak muda: Antara resistensi dan hegemoni kapitalisme di era digital*. Airlangga University Press.
- Syam, E. (2007). Valentine Day: Hegemoni Budaya Dan Kapitalis. *Jurnal Ilmu Budaya*, 3(2), 27–36.
- Taji Hadziqin Nuha Abdul Qohar, I. (2022). *Perkembangan Batik Motif Gajah Oling Paska Penetapan Peraturan Bupati Tentang Seragamisasi Dan Dampak Pandemi Covid-19 Di Banyuwangi*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Taufik, M., & Justian, W. (2019). Analisis Potensi Industri Umkm Batik Di Surabaya Menggunakan Sistem Informasi Geografis. *Geoid*, 14(2), 15–22.
- Waluya, B. (2007). *Sosiologi: Menyelami fenomena sosial di masyarakat*. PT Grafindo Media Pratama.
- Warjiyati, S. (2018). *Diktat Prinsip Dasar Hukum Adat*. Prodi Hukum Tata Negara Fakultas Syariah dan Hukum UINSA.