

DESTINATION BRANDING JEMBER PADA PEMBERITAAN JEMBER FASHION CARNAVAL 2016 DI MEDIA ONLINE

Muntadliroh

Humas Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali LIPI
Candikuning, Baturiti, Tabanan, Bali
No. Telp./HP: (0368) 2033211, 081390357572
E-mail: mun_tadliroh@yahoo.com, munt001@lipi.go.id

Naskah diterima tanggal 23 Oktober 2016, direvisi tanggal 4 November 2016, disetujui tanggal 21 November 2016

JEMBER DESTINATION BRANDING OF 2016 JEMBER FASHION CARNAVAL NEWS IN ONLINE MEDIA

Abstract. *The 2016 Jember Fashion Carnival (JFC) has been widely reported in the online media from August to September 2016. This annual carnival provides implications on the effort of the Jember City destination branding. The purpose of this study is to analyze the news content of 2016 JFC on the online media from August to September 2016. The focus of this study is the interpretation of 2016 JFC news text that formed the destination branding of Jember City. This study applies content analysis method with the descriptive quantitative approach. The results of this study indicate that the news of 2016 JFC represents the development phase of Jember City destination branding with the most information source coming from bureaucrats (39%), most news contents topic are 2016 JFC review (20%) and 2016 JFC event (20%), most news category theme is lifestyle, and dominated by positive news tone (70%).*

Keywords: *Jember Fashion Carnival, destination branding, conventional content analysis.*

Abstrak. *Jember Fashion Carnival (JFC) 2016 telah banyak diberitakan di media online selama bulan Agustus – September 2016. Karnaval tahunan ini memberikan implikasi pada upaya destination branding Kota Jember. Penelitian ini bertujuan menganalisis isi pemberitaan JFC 2016 di media online selama bulan Agustus – September 2016. Fokus penelitian ini adalah pemaknaan teks/pesan pemberitaan JFC 2016 yang membentuk destination branding Kota Jember. Metode yang digunakan adalah content analysis dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan JFC 2016 merepresentasikan tahapan pembangunan destination branding Kota Jember dengan sumber informasi terbanyak dari birokrat (39%), konten berita terbesar berisi topik review JFC 2016 dan penyelenggaraan JFC 2016 masing-masing sebanyak (20%), kategori berita terbanyak bertema lifestyle (40%), dan didominasi tone berita positif (70%).*

Kata kunci: *Jember Fashion Carnival, destination branding, analisis isi media.*

PENDAHULUAN

Jember Fashion Carnival (JFC) adalah event karnaval busana tahunan yang

diselenggarakan di Kabupaten Jember, Jawa Timur. JFC pertama kalinya diinisiasi oleh Dynand Fariz sebagai pendiri JFC Center pada Tahun 2003. Pada Tahun 2016

ini penyelenggaraan JFC memasuki etape ke-XV dengan mengusung tema “Revival” yang melambangkan kebangkitan Indonesia. Dalam perjalanannya, JFC hadir dengan menampilkan tema karnaval busana yang baru dan berbeda di setiap tahunnya.

Adanya nuansa tampilan yang berbeda dalam setiap penyelenggaraan JFC menjadi magnet penarik minat masyarakat untuk hadir dan menyaksikan pagelaran JFC setiap tahunnya. Hal ini sesuai dengan visi JFC yaitu menjadikan Jember sebagai kota wisata mode pertama di Indonesia dan dunia. JFC menjadi salah satu langkah yang dilakukan oleh masyarakat dan Pemkab Jember dalam memasarkan potensi wilayahnya dalam perspektif *destination branding*. Konsep *destination branding* didasari oleh *passion* dan identitas yang menarik yang saling berhubungan dengan berbagai hal yang akan memudahkan orang memiliki asosiasi dengan tempat tersebut (Situmorang, 2008). Melalui JFC, Jember telah mengelaborasi potensi dan keunggulan daerahnya yang tidak dimiliki oleh daerah lain.

Ketenaran JFC tidak terlepas dari keberhasilan publikasi melalui lini masa. JFC 2016 yang diselenggarakan dari tanggal 24-28 Agustus 2016 telah banyak diberitakan oleh media massa dari awal Agustus hingga awal September 2016. Di era digital, media *online* menjadi pintu utama penyebaran informasi berbasis internet. Hal ini sesuai dengan definisi media massa sebagai saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa, media *online* merupakan bagian dari media massa, yaitu media massa yang tersaji secara *online* di situs *web (website)* internet (Romli, 2012).

Pertautan pemberitaan JFC 2016 dalam konteks *destination branding* Jember menarik untuk diteliti menggunakan pendekatan analisis isi media. Fokus penelitian ini adalah pemaknaan teks/pesan pemberitaan JFC 2016 yang membentuk *destination branding* Kota Jember. Melalui analisis isi media, dapat diketahui kecenderungan pemberitaan

penyelenggaraan JFC 2016 khususnya yang diterbitkan oleh media *online* dan implikasinya terhadap *destination branding* Jember.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penyelenggaraan JFC dalam melakukan evaluasi JFC yang sudah berjalan dan perencanaan JFC pada tahun berikutnya agar lebih baik sebagai bagian dari upaya *destination branding* Kota Jember. Pemberitaan JFC 2016 melalui media massa *online* juga berdampak pada pembentukan persepsi dan realitas *audiences* terhadap JFC 2016.

LANDASAN KONSEP

Penelitian analisis isi media sudah banyak dilakukan, namun tulisan mengenai analisis isi pemberitaan *Jember Fashion Carnaval* di media *online* dalam konteks *destination branding* belum pernah dilakukan. Beberapa penelitian analisis isi yang pernah dilakukan antara lain sebagai berikut. Ezzy Augusta Mutiara melakukan studi analisis isi tentang kekerasan fisik dan dan psikologis dalam film “*The Raid: Redemption*” karya Gareth Evans (Augusta, 2013). Studi ini fokus pada analisis isi media film menggunakan pendekatan kuantitatif, yang instrumen analisis datanya menggunakan teknik analisis isi Holsti (Holsti, 1969). Hasil penelitian menunjukkan, total adegan kekerasan fisik berjumlah 1960 kali atau 85,2 %, sementara total adegan kekerasan psikologis berjumlah 323 kali atau 14,8%. Dalam film “*The Raid: Redemption*” lebih mengedepankan kekerasan fisik dibandingkan kekerasan psikologis.

Karakteristik Komunikasi Massa dalam Pemberitaan Jember Fashion Carnaval 2016 di Media Online

Penyelenggaraan JFC 2016 banyak diliput dan diberitakan oleh media massa, tidak terkecuali media *online*. Melalui internet, informasi dapat berpindah sangat

cepat melalui media komunikasi baru bernama media *online*. Dalam perspektif komunikasi massa, media *online* adalah media yang menyajikan karya jurnalistik berupa berita, artikel, *feature* secara *online*. Sebagai bagian dari komunikasi massa, media *online* dan media massa konvensional memiliki kesamaan karakteristik komunikasi massa Suprpto (2006) antara lain: 1) Sifat komunikasi, yaitu komunikasi massa yang ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya relatif besar, heterogen, dan anonim; 2) Sifat media massa, yaitu serempak dan cepat; 3) Sifat pesan, pesan yang disampaikan melalui media massa adalah bersifat umum (*public*); 3) Sifat komunikator adalah lembaga organisasi, misalnya wartawan, sutradara, penyiar, pembawa acara, adalah komunikator yang terlembagakan.

Memahami Konsep *Destination Branding* Kota Jember

Berbagai upaya ditempuh daerah untuk mempromosikan program pariwisatanya, salah satunya yang saat ini sedang menjadi tren adalah konsep *destination branding* daerah. Penyelenggaraan *Jember Fashion Carnival 2016* adalah salah satu langkah yang diambil oleh pemangku kepentingan Kota Jember dalam mewujudkan misi *destination branding* daerahnya sebagai kota wisata mode pertama di Indonesia dan dunia.

Hal ini sesuai dengan definisi *destination branding* sebagai seperangkat asosiasi merek yang dapat menjadi tanda pengenal atau pembeda suatu lokasi dengan menawarkan pengalaman berwisata yang mengesankan pada lokasi tersebut Goeldner dalam Iliachenko (2005). Morgan dan Pritchard (2004) merumuskan tahapan dalam mewujudkan *destination branding* daerah antara lain: 1) *Market investigation, analysis and strategic recommendations*. Pada tahapan ini pemangku kepentingan Kota Jember melakukan riset pemetaan potensi pasar, hal-hal apa saja yang bisa

dikembangkan dan menyusun strategi. 2) *Brand identity development*. *Brand identity* dibentuk berdasarkan visi, misi, dan *image* yang ingin dibentuk Kota Jember, sehingga dapat dipilih *tagline* yang dapat merepresentasikan Kota Jember. 3) *Brand launch and introduction: communicating the vision*. Setelah *tagline* yang diusung Jember diperkenalkan, maka *brand* yang ada juga perlu diperkenalkan dengan melibatkan seluruh komponen yang ada melalui *media relations, advertising, direct marketing, personal selling, websites, brochures, event organizers, film makers, destination marketing organizations* (DMOs), serta Jurnalis. 4) *Brand implementation*. *Brand* adalah sebuah janji. Semua pihak yang terlibat mulai dari pemerintah, pihak hotel, agen *travel*, masyarakat Jember harus berusaha mewujudkan janji tersebut. 5) *Monitoring, evaluation and review*. Program destinasi Kota Jember yang sedang dilaksanakan dilakukan monitoring apakah ada penyimpangan, kekurangan dan sebagainya. Dari hasil monitoring dilakukan evaluasi dan *review* untuk perbaikan selanjutnya.

Elaboration Likelihood Model (ELM): Dampak Pesan Pemberitaan Jember Fashion Carnival 2016 di Media Online Bagi Audiences

Elaboration Likelihood Model digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pesan pemberitaan JFC 2016 di media *online* bekerja untuk memengaruhi komunikasi dalam membangun persepsi atas *destination branding* Kota Jember. Asumsi dasar teori ini adalah terdapat dua rute kognitif untuk mengevaluasi pesan, yaitu rute sentral dan rute perifer. Proses berpikir kritis terjadi pada rute sentral, sedangkan ketiadaan proses berpikir kritis terjadi pada rute perifer. Menurut Griffin (2014), rute sentral melibatkan proses elaborasi pesan, yaitu elaborasi dimaknai sebagai sejauhmana seseorang berpikir secara seksama tentang relevansi argumen

yang terkandung dalam suatu topik komunikasi, sedangkan rute periferan menawarkan jalan pintas untuk menerima maupun menolak pesan tanpa adanya pertimbangan terhadap objek dan atribut pesan. Terdapat enam faktor yang membuat digunakannya jalur periferan sebagai *autopilot*, yaitu: *resiprokasi*, konsistensi, bukti sosial, kesukaan, otoritas, dan kelangkaan (Littlejohn and Foss, 2009).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dapat didefinisikan sebagai suatu metode untuk mendeskripsikan hasil penelusuran informasi ke fakta yang diolah menjadi data (Kriyantono, 2007). Menganalisis pemberitaan JFC 2016 di media *online* yang terbit bulan Agustus – September 2016. Teknik yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) yang berfokus pada karakteristik bahasa dalam komunikasi dan isi/arti kontekstual teks (Hsieh, 2005). Objek penelitian ini adalah naskah berita JFC 2016 yang terbit di media *online* bulan Agustus – September 2016. Data kuantitatif yang diperoleh dianalisis dengan distribusi frekuensi dan tabulasi silang dari data-data yang terkumpul (Birowo, 2004). Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif dengan langkah-langkah: 1) Pengumpulan data: dilakukan dengan lembar koding

(*coding sheet*) yang dibuat berdasarkan kategori yang ditetapkan; 2) Reduksi data: memilih data yang relevan dengan tujuan penelitian; 3) Reliabilitas menggunakan tes *intercoder reliability* untuk mengetahui tingkat konsistensi pengukuran. Penelitian ini menggunakan tiga koder dari latar belakang yang memahami komunikasi dan isi media.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh 20 berita bertema *Jember Fashion Carnaval* (JFC) 2016 dari 11 media *online*. Setiap bagian naskah berita kemudian dianalisis mengikuti kategori unit analisis yang dijadikan acuan dalam penelitian ini mencakup: sumber informasi, konten berita, substansi *destination branding*, kategori berita, dan *tone* berita. Berikut tabel analisis isi pemberitaan *Jember Fashion Carnaval* (JFC) 2016 di media *online*.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan, persentase angka reliabilitas antar koder berkisar antara 75 s/d 100%. Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70% (Holsti, 1969). Dengan demikian kategori unit analisis pada pemberitaan JFC 2016 di media *online* oleh ketiga koder adalah valid.

Tabel 1
Tabel Kategori Unit Analisis Pemberitaan Jember Fashion Carnaval 2016 di Media Online
Agustus – September 2016

No	JUDUL BERITA	NAMA MEDIA, TGL TERBIT, (URL) Diakses	RINGKASAN PERNYATAAN DAN SUMBER INFORMASI	SUBSTANSI DESTINATION BRANDING	Kategori Berita	Tone Berita
1	Diperkirakan <i>Jember Fashion Carnaval</i> 2016 Akan	harianbernas.com, 26 Agustus 2016 (http://www.harianbernas.com/berita-20927-Diperkirakan-Jember-Fashion-	Target kunjungan wisatawan Tahun 2016 lebih tinggi dibandingkan Tahun 2015. Sekitar 300.000 pengunjung itu pun mulai mancanagera,	Terdapat substansi <i>market investigation, analysis and strategic recommendation</i> melalui penetapan target wisatawan sebanyak 300.000	<i>Event</i>	Positif

Menarik Ratusan Ribu Wisatawan	Carnaval-2016-Akan-Menarik-Ratusan-Ribu-Wisatawan-.html) diakses 11 September 2016	11	domestik, juga termasuk anak anak. Sumber: Plt. Kepala Kantor Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember Muhammad Satuki.	orang. Terdapat substansi <i>brand identity development</i> “world class street fashion carnaval”.		
2 Bupati Bangga dengan Jember Fashion Carnaval	Viva.co.id, 28 Agustus 2016 (http://life.viva.co.id/news/read/814567-bupati-bangga-dengan-jember-fashion-carnaval) diakses 4 September 2016	28	JFC adalah kebanggaan bagi Kota Jember. Membuat nama Jember dikenal dunia. Sumber: Bupati Jember, dr. Hj. Faida.	Terdapat substansi <i>brand identity development</i> mengenai deskripsi <i>image</i> Kota Jember.	News	Positif
3 Cerita di Balik Terbentuknya Jember Fashion Carnaval 2016	Viva.co.id, 27 Agustus 2016 (http://life.viva.co.id/news/read/814319-cerita-di-balik-terbentuknya-jember-fashion-carnaval-2016) diakses 4 September 2016	27	Dimulai dari komunitas keluarga kami ada yang 11 bersaudara punya ide untuk bikin acara yang tidak membosankan dan semenjak itu tertarik mendirikan JFC Tahun 2002-2003. Sumber: Presiden dan penggagas JFC, Dynand Fariz.	Terdapat substansi <i>brand launch and introduction:</i> dengan memanfaatkan jurnalis untuk menceritakan kisah di balik lahirnya gagasan JFC.	News	Netral
4 Anang: Jember Fashion Carnaval Belum Untungkan Masyarakat	tribunnews.com, 29 Agustus 2016 (http://www.tribunnews.com/tribunners/2016/08/29/anang-jember-fashion-carnaval-belum-untungkan-masyarakat?page=2) diakses 4 September 2016	4	1. Semestinya gelaran JFC yang luar biasa ini dapat disinergikan dengan berbagai sektor. 2. Saya angkat topi atas dedikasi Dynan Fariz dan tim penyelenggara JFC yang mengangkat Jember di pentas dunia. 3. Jangan sampai JFC yang megah ini hadir di tengah-tengah kemiskinan masyarakat Jember. 4. Saya membayangkan, makanan dan buah-buahan yang disajikan di JFC adalah seluruhnya produk lokal Jember. 5. Janji Jember Baru oleh kepala daerah baru belum tampak dalam pengelolaan JFC ini. Sumber: Anggota Komisi X DPR RI, Anang Hermansyah.	Terdapat substansi <i>market investigation, analysis and strategic recommendations:</i> rekomendasi Anang Hermansyah terhadap penyelenggaraan JFC yang seharusnya melibatkan seluruh potensi dan masyarakat Jember. Terdapat substansi <i>monitoring, evaluation and review</i> terhadap Pemda dan Kepala Daerah Jember untuk bisa merajut seluruh potensi Jember.	Budaya	Negatif
5 Peserta Jember Fashion	tribunnews.com, 1 September 2016	1	Berat sih, tapi mampu bawa sampai finis.	Terdapat substansi <i>brand implementation:</i>	News	Netral

	<i>Carnaval Pakai Kostum Seberat 15-40 Kg</i>	(http://www.tribunnews.com/video/2016/09/01/peserta-jember-fashion-carnaval-pakai-kostum-seberat-15-40-kg) diakses 4 September 2016	Sumber: Peserta Defile <i>Oceans, Shinta</i> .	partisipasi warga Jember seperti yang dilakukan oleh Shinta dalam JFC 2016.		
6	10 Defile Meriahkan Puncak <i>Jember Fashion Carnaval</i> Hari Ini	suryamalang.tribunnews.com, 28 Agustus 2016 (http://suryamalang.tribunnews.com/2016/08/28/10-defile-meriahkan-puncak-jember-fashion-carnaval-hari-ini) diakses 9 September 2016	10 defile yang diangkat menggambarkan kebangkitan Indonesia dalam berbagai bidang. Sumber: Presiden JFC Dynand Fariz.	Terdapat substansi <i>brand identity development: JFC 2016</i> merepresentasikan kebangkitan Indonesia melalui tagline “Revival” Indonesia to The World.	News	Positif
7	<i>Asian Games 2018</i> Dipromosikan di Ajang JFC 2016	republika.co.id, 28 Agustus 2016 (http://www.republika.co.id/berita/olahraga/arena-olahraga/16/08/28/ocmo8f372-asian-games-2018-dipromosikan-di-ajang-jfc-2016) diakses 11 September 2016	1. Partisipasi INASGOC di arena ini untuk mempromosikan <i>Asian Games 2018</i> . 2. JFC tarafnya sudah go internasional dan tepat jika <i>Asian Games 2018</i> turut dipertontonkan di ajang itu. Sumber: Sekjen INASGOC, Sylviana Murni.	Terdapat substansi <i>brand launch and introduction: Mengkenalkan program INASGOC berupa promosi Asian Games di ajang internasional Jember Fashion Carnaval (JFC) 2016</i> .	Olah Raga	Positif
8	JFC 2016, Ini Mimpi Dynand Fariz yang Belum Terwujud	okezone.com, 29 Agustus 2016 (http://lifestyle.okezone.com/read/2016/08/29/194/1475903/jfc-2016-ini-mimpi-dynand-fariz-yang-belum-terwujud) diakses 10 September 2016	Aku ingin Indonesia terus berkibar di seluruh dunia. Aku ingin JFC bisa disaksikan secara <i>live</i> oleh penonton dunia. Sumber: Presiden JFC Dynand Fariz.	Terdapat substansi <i>market investigation, analysis and strategic recommendations: Dynand Fariz menginginkan JFC tayang secara live. Terdapat substansi brand implementation: Dynand Fariz menginginkan Indonesia terkenal melalui JFC</i> .	Lifestyle	Positif
9	Menteri Susi Pudjiastuti Nongol di Acara Puncak <i>Jember Fashion Carnaval</i> 2016	okezone.com, 29 Agustus 2016 (http://lifestyle.okezone.com/read/2016/08/28/194/1475151/menteri-susi-pudjiastuti-nongol-di-acara-puncak-jember-fashion-carnaval)	1. Saya bangga karena JFC kali ini banyak mengangkat budaya lokal dan nasional. 2. <i>Jember Fashion Carnaval</i> ke-15 semakin lengkap dengan kehadiran para peserta yang berkebutuhan khusus dan kaum <i>dhuafa</i> ,	Terdapat substansi <i>brand implementation: JFC 2016 melibatkan peserta yang berkebutuhan khusus dan kaum dhuafa, serta anak-anak yang telah menjalani</i>	Lifestyle	Positif

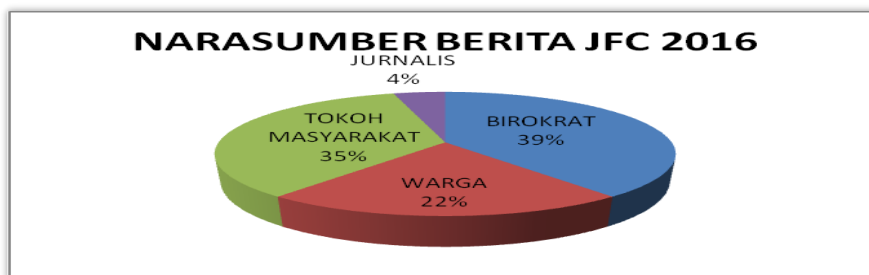
- 2016) diakses 8 September 2016 serta anak-anak yang telah menjalani operasi bibir sumbing. Sumber: Bupati Jember, dr Hj Faida.
- 10 Ini yang Berbeda di Acara Puncak Jember Fashion Carnaval okezone.com, 29 Agustus 2016 (<http://lifestyle.okezone.com/read/2016/08/29/194/1475677/ini-yang-beda-di-acara-puncak-jember-fashion-carnaval>) diakses 8 September 2016 Kami ingin mengajak masyarakat Indonesia ikut menyaksikan *Asian Games* 2018. Oleh karena itu, hadir defile *Asian Games* di JFC tahun ini. Sumber: Presiden JFC Dynand Fariz. Terdapat substansi *brand launch and introduction: Mengkenalkan Asian Games* di ajang internasional Jember *Fashion Carnaval* (JFC) 2016. *Lifestyle* Positif
- 11 10 Tema Kebangkitan Indonesia dalam Parade Busana JFC liputan6.com, 28 Agustus 2016 (<http://lifestyle.liputan6.com/read/2587618/10-tema-kebangkitan-indonesia-dalam-parade-busana-jfc>) diakses 10 September 2016 1. Garuda merupakan lambang negara Indonesia. Di defile ini menunjukkan kebangkitan nilai dan semangat nasionalisme Indonesia.
2. Tema hutan memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan hidup manusia dan makhluk lainnya.
3. *Chandelier* ibarat lampu hias mewakili kebangkitan transparansi informasi.
4. Berbagai karya temuan teknologi telah masuk ajang kompetisi di ajang Internasional inilah inspirasi kami menghadirkan karya busana robot. Sumber: Presiden JFC Dynand Fariz., Peserta JFC asal Bandung, Nadya. Terdapat substansi *brand launch and introduction: Dynand Fariz* mendeskripsikan makna filosofis dari 10 Defile yang ditampilkan di JFC 2016. *Lifestyle* Positif
- 12 Berawal dari Karnaval Keluarga, JFC Mulai Mendunia liputan6.com, 29 Agustus 2016 (<http://lifestyle.liputan6.com/read/2589133/berawal-dari-karnaval-keluarga-jfc-mulai-mendunia>) diakses 11 September 2016 1. Lahirnya JFC dari acara parade keluarga, jadi kita berkarnaval sejak belum adanya JFC.
2. Saya rasa pertama kali membuat JFC saat itu juga mulai berpikir bagaimana tentang proses pengurusan, legalitas, perizinan, dan ternyata tidak semudah aku bayangkan.
3. Jember *Fashion Carnaval* ke-9 acara berjalan secara independen. Terdapat substansi *monitoring, evaluation and review: Dynand Fariz* mereview perjalanan penyelenggaraan JFC dari awal hingga sekarang. *Lifestyle* Negatif -Positif

4. Aku juga ingin mengenalkan JFC kepada para pengunjung di mal, namun sekuriti justru mengusir kami.
5. Keinginan aku cuma satu dan itu mimpi yang belum terwujud, yaitu secara *live*.
- Sumber: Founder JFC, Dynand Fariz.
- 13 *Jember Fashion Carnaval Duduki Peringkat 4 Karnaval Dunia* liputan6.com, 29 Agustus 2016 (<http://lifestyle.liputan6.com/read/2589138/jember-fashion-carnaval-duduki-peringkat-4-karnaval-dunia>) diakses 11 September 2016
1. Kalau kita bicara dukungan disini tentunya yang aku lihat dari dukungan yang positif, dan saya rasa itu kembali pada masyarakat yang menilai dan merasakan.
 2. Saya juga tentunya sebagai penyelenggara akan terus mengevaluasi apakah saya juga sudah maksimal apa yang saya lakukan dan berikan kepada masyarakat.
 3. Tahun ini tidak sama rapi dengan tahun sebelumnya. Maka itu, perlu ada evaluasi yang menyeluruh.
- Sumber: *Founder JFC*, Dynand Fariz.
- Terdapat substansi *Lifestyle monitoring, evaluation and review*: Dynand Fariz mereview dan mengevaluasi penyelenggaraan JFC 2016.
- Positif-Negatif
- 14 *Bendera Peserta Asian Games Dikirab di Jember Fashion Carnaval* kompas.com, 28 Agustus 2016 (<http://travel.kompas.com/read/2016/08/28/203820127/bendera.peserta.asian.games.dikirab.di.jember.fashion.carnaval>) diakses 10 September 2016
1. Kami sengaja mencari momentum yang pas dan strategis untuk menyosialisasikan pelaksanaan *Asian Games* 2018.
 2. JFC tahun ini mengambil tema *Revival* (Kebangkitan), sejalan dengan semangat Indonesia yang siap menjadi tuan rumah *Asian Games* 2018.
 3. Momen olimpiade ini terasa sangat tepat karena di Olimpiade Rio de Janeiro lalu Indonesia berhasil meraih medali emas lewat cabang olahraga bulu tangkis yang dipersembahkan pasangan ganda campuran Owi dan Butet.
- Sumber:
- Terdapat substansi *Travel brand launch and introduction*: Mengenalkan *Asian Games* di ajang internasional *Jember Fashion Carnaval* (JFC) 2016.
- Positif

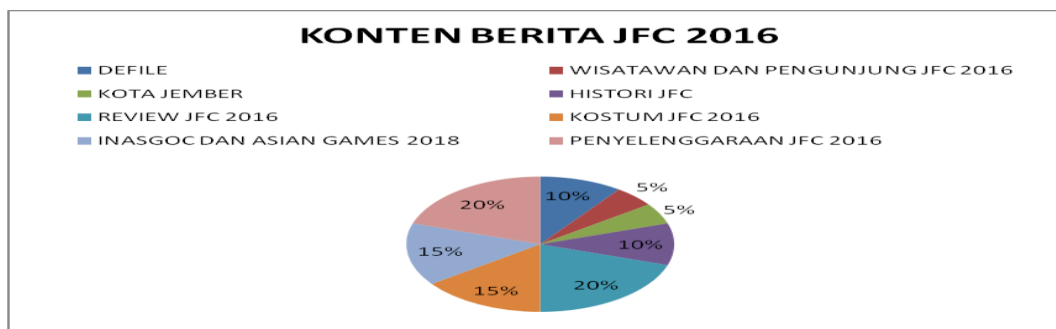
- Sekretaris Jenderal
INASGOC, Sylviana
Murni. Warga, Ahmad.
- 15 Ini Dia kompas.com, 30 Kostum yang terberat Terdapat substansi *Fashion/* Positif
Kostum Agustus 2016 mencapai 40 kilogram. *brand launch and*
Terberat (http://female.ko Kostum yang terberat *Female*
di mpas.com/read/20 adalah kostum barang *introduction:* Dynand
Jember 16/08/30/0931002 merupakan simbol yang Fariz
Fashion 20/Ini.Dia.Kostu dapat menyemangati mendeskripsikan
Carnaval m.Terberat.di.Jem kebangkitan seni budaya makna filosofis defile
2016 ber.Fashion.Carna Barong Bali yang ditampilkan di JFC
2016 val.2016) diakses 8 September 2016 Sumber: *Founder JFC*,
Dynand Fariz.
- 16 Ada Beritajatim.com, 1. Kami pilih kostum Terdapat substansi *Lifestyle* Positif
Shuttle 28 Agustus 2016 berornamen bulutangkis, *brand launch and*
Cock di (http://beritajatim. panahan, dan anggar. Ada *introduction:*
Jember com/gaya_hidup/ juga *Wall of Fame*,
Fashion 275227/ada_shuttl Mengkenalkan *Asian*
Carnaval e_cock_di_jember Games di ajang
_fashion_carnaval internasional Jember
.html) diakses 9 *Fashion Carnaval*
September 2016 kegiatan skala nasional (JFC) 2016.
dan internasional seperti ini untuk empromosikan *Asian Games*.
Sumber: Sekretaris Jenderal INASGOC, Sylviana Murni.
- 17 Hujan Beritajatim.com, 1. Secara umum ada yang Terdapat substansi *Lifestyle* Negatif
Hancurk 28 Agustus 2016 berbeda dalam JFC kali *monitoring,*
an (http://beritajatim. ini. Kurang greget *evaluation and*
Keindahan com/gaya_hidup/ dibandingkan tahun lalu. *review:* Warga
Jember 275207/hujan_ha masyarakat mereview
Fashion ncurkan_keindaha dan mengevaluasi
Carnaval n_jember_fashion penyelenggaraan JFC
_carnaval.html) diakses 9 2016.
September 2016 3. Seharusnya lebih
bagus. Tapi saya lihat *display*-nya kurang oke.
Sumber: Pimpinan Kantor Bank Indonesia Jember Achmad Bunyamin.
- 18 Jangan detik.com, 31 1. Kemarin kan JFC Terdapat substansi *Travel* Positif
Lewatkan, Agustus 2016 tampil siang hari di alun- *brand launch and*
n, (http://travel.detik alun Kota Jember. Nah 2 *introduction:* Kepala
Penampil .com/read/2015/0 2 September mendatang Dinas Kebudayaan
an 8/31/180405/3006 JFC hadir perdana di dan Pariwisata
Malam 183/1382/jangan- Kabupaten Jember
Hari lewatkan- mengenalkan konsep
Jember penampilan- penampilan JFC 2016
Fashion malam-hari- ada pertunjukan lampu pada malam hari.
Carnaval jember-fashion- dan lain-lain.
carnaval) diakses 11 September 2016 Sumber: Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jember, Sandi Suwardi Hasan.

19	<p>JFC mempesona bagi jurnalis</p> <p>Antaraneews.com, 28 Agustus 2016 (http://www.antaraneews.com/berita/581233/jfc-mempesona-bagi-jurnalis?utm_source=fly&utm_medium=related&utm_campaign=news) diakses 10 September 2016</p>	<p>1. Kegiatan JFC sangat luar biasa, sehingga saya ingin membuat film dokumenter tentang karnaval yang sudah mendunia ini.</p> <p>2. Kami kagum dengan ide-idenya yang luar biasa dan busana yang digunakan peserta juga bagus.</p> <p>Sumber: Jurnalistswiss TV, Edy F. Wales. Wisatawan perempuan asal Perancis Clo Meunier.</p>	<p>Terdapat substansi <i>News monitoring, evaluation and review</i>: Jurnalistswiss dan wisatawan asing mengungkapkan kesannya yang merupakan <i>review</i> terhadap pelaksanaan JFC 2016.</p>	<p>News Positif</p>
20	<p>Peserta Jember Fashion Carnival habiskan jutaan rupiah untuk kostum</p> <p>Antaraneews.com, 24 Agustus 2016 (http://www.antaraneews.com/berita/580537/peserta-jember-fashion-carnival-habiskan-jutaan-rupiah-untuk-kostum) diakses 10 September 2016</p>	<p>1. Total pengeluaran untuk membeli bahan-bahan pembuatan kostum defile Garuda berkisar Rp. 2 juta lebih.</p> <p>2. Nama JFC sudah mendunia dan dikenal oleh masyarakat internasional, sehingga saya bangga bisa menjadi bagian dari kegiatan.</p> <p>Sumber: Peserta JFC, Imron, Rika.</p>	<p>Terdapat substansi <i>News brand implementation</i>: yaitu melibatkan partisipasi masyarakat untuk turut serta dalam pelaksanaan JFC 2016.</p>	<p>News Positif</p>

Sumber: Media Online, data diolah peneliti.



Sumber: Hasil Penelitian, Data Diolah Peneliti
Gambar 1. Persentase Narasumber Berita JFC 2016



Sumber: Hasil Penelitian, Data Diolah Peneliti.
Gambar 2. Persentase Konten Berita JFC 2016

Kategori Sumber Informasi

Pemberitaan JFC 2016 di media *online* menurut kategori sumber informasinya dapat dilihat pada Gambar 1. Dari data tersebut terlihat bahwa klasifikasi narasumber berita JFC 2016 terbagi ke dalam empat golongan yaitu: Tokoh Masyarakat (Presiden dan Penggagas JFC, Dynand Fariz), Warga (Peserta Defile *Oceans*, Shinta; Peserta JFC asal Bandung, Nadya; Warga, Ahmad; Wisatawan perempuan asal Perancis, Clo Meunier; Peserta JFC, Imron dan Rika), Birokrat (Plt. Kepala Kantor Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember Muhammad Satuki, Bupati Jember dr. Hj. Faida, Anggota Komisi X DPR RI Anang Hermansyah, Sekjen INASGOC Sylviana Murni, Pimpinan Kantor Bank Indonesia Jember Achmad Bunyamin, Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jember Sandi Suwardi Hasan), dan Jurnalis (Jurnalis Swiss TV, Edy F. Wales).

Kategori Konten Berita

Konten berita JFC 2016 diklasifikasikan berdasarkan topik pemberitaan yang muncul di media *online* periode Agustus – September 2016 antara lain terbagi menjadi delapan kategori: Defile, Wisatawan/pengunjung JFC 2016, Kota Jember, Histori JFC, *Review* JFC 2016, Kostum JFC 2016, INASGOC dan *Asian Games* 2018 di JFC 2016, serta Penyelenggaraan JFC 2016. Persentase keberagaman konten berita JFC 2016 dapat dilihat pada diagram Gambar 2. Konten berita JFC 2016 di media *online* diperoleh dari pernyataan narasumber berita. Berita JFC 2016 paling banyak memuat konten mengenai *review* JFC 2016 dan Penyelenggaraan JFC 2016 masing-masing sebanyak empat topik (20%).

Kategori Substansi Destination Branding

Core analisis dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan analisis isi berita JFC 2016 yang berkaitan dengan *destination branding* Kota Jember sebagai

pengetahuan kontekstual agar penelitian tidak berada di ruang hampa. Morgan dan Pritchard merumuskan lima tahapan dalam mewujudkan *destination branding* daerah yang menjadi panduan analisis kategori substansi *destination branding* dalam pemberitaan JFC 2016 (Morgan *et al.*, 2004). Dari semua berita JFC 2016 yang dianalisis pada penelitian ini memuat substansi *destination branding* dalam pesan yang disampaikan dengan kategori yang berbeda-beda menurut lima tahapan *destination branding*. Persentase terbanyak adalah berita yang memuat konten *Brand launch and introduction: communicating the vision* yaitu sebesar 35% (delapan pernyataan narasumber) yang mengulas pesan terkait: partisipasi warga Jember dari berbagai kalangan dalam JFC 2016, keterlibatan Jurnalis dalam pemberitaan JFC 2016, promosi kolaboratif antara INASGOC dan JFC 2016, makna filosofis 10 Defile yang ditampilkan dalam JFC 2016.

Konten *Brand launch and introduction: communicating the vision* tersebut berkaitan dengan proses mengomunikasikan visi, misi, dan ide JFC 2016 dengan melibatkan publik. Tahapan *Market investigation, analysis and strategic recommendations* memiliki persentase 13% yang umumnya berisi pemberitaan mengenai target kunjungan wisatawan pada JFC 2016, rekomendasi penyelenggaraan JFC 2016, dan perencanaan JFC mendatang. Tahapan *Brand identity development* memiliki porsi 13% terdiri dari berita pembangunan image “*World Class Street Fashion Carnival*”, deskripsi citra Kota Jember, dan penggambaran *image* JFC 2016 yang merepresentasikan kebangkitan Indonesia melalui *tagline* “*Revival*” Indonesia to *The World*.

Konten berita yang berisi *brand implementation* adalah sebesar 17% terdiri dari berita mengenai partisipasi warga Jember di JFC 2016 dari berbagai lapisan termasuk kaum *dhuafa* dan anak-anak yang telah menjalani operasi bibir sumbing.

Tahapan terakhir dalam pengembangan *destination branding* adalah *monitoring, evaluation and review*. Berita JFC 2016 yang mengulas *monitoring, evaluation and review* memiliki persentase sebesar 22% yaitu merepresentasikan pendapat narasumber dalam memonitor dan mengevaluasi penyelenggaraan JFC 2016 (Gambar 3).

Kategori Berita

Klasifikasi kategori berita dalam penelitian analisis isi pemberitaan JFC 2016 terdiri dari tujuh tema antara lain: *Event, News, Budaya, Olah Raga, Lifestyle, Travel, dan Fashion and Female*. Klasifikasi kategori berita JFC 2016 tersebut diperoleh berdasarkan penggolongan tema berita di masing-masing media *online*. Persentase terbanyak atas penggolongan berita JFC 2016 adalah berita dengan kategori *Lifestyle* (40%). Penggolongan berita JFC 2016 sebagai *Lifestyle* ini dapat ditemukan pada media okezone.com, liputan6.com, dan beritajatim.com. Sedangkan 30% berita JFC 2016 masuk dalam kategori *News* berupa “*Soft News*” yaitu berita ringan yang bersifat menghibur atau laporan *event* JFC 2016 yang bersifat humanis.

Kategori Tone Pemberitaan

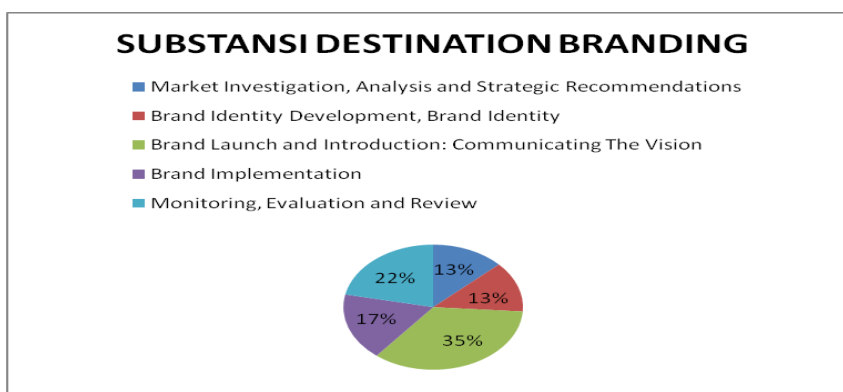
Tone pemberitaan positif berisi pesan mengenai peningkatan jumlah wisatawan yang mengunjungi JFC 2016, kebanggaan Jember atas penyelenggaraan JFC 2016, 10 defile yang menggambarkan kebangkitan Indonesia, promosi *Asian Games* 2018 di JFC 2016, komentar wisatawan asing terhadap JFC 2016. *Tone* berita positif mengenai JFC 2016 dapat ditemukan pada media harianbernas.com, Viva.co.id, suryamalang.tribunnews.com, republik.co.id, okezone.com, liputan6.com, kompas.com, Beritajatim.com, detik.com, dan Antaranews.com. Penggunaan kata

“Wisatawan Tahun 2016 lebih tinggi dibandingkan Tahun 2015” dan “JFC adalah kebanggaan bagi Kota Jember” oleh narasumber merepresentasikan sudut pandang positif khususnya bagi kepentingan JFC itu sendiri. Selain itu, *tone* berita negatif pada pemberitaan JFC 2016 memiliki persentase 18% dari total pemberitaan yang dianalisis. *Tone* berita negatif ini berhubungan dengan isi pesan mengenai evaluasi narasumber terhadap penyelenggaraan JFC 2016.

Heath (2005) mengklasifikasikan *tone* artikel berita pada analisis isi media mencakup positif, negatif, dan netral. *Tone* berita positif paling banyak muncul dalam pemberitaan JFC 2016 (73%), negatif 18%, netral 9%, dan sensitif tidak ada.

Pemberitaan Jember Fashion Carnaval 2016 di Media online: Sebuah Komunikasi Massa dan Implikasinya pada Destination Branding Kota Jember

Pesan yang dikomunikasikan melalui pemberitaan JFC 2016 di media sosial adalah bentuk komunikasi massa, sesuai dengan karakteristik komunikasi massa antara lain: 1) Pernyataan narasumber yang mengarah pada *review* dan penyelenggaraan JFC 2016 lebih sering muncul sebagai pesan yang bersifat umum sesuai dengan karakteristik komunikasi massa (Suprpto, 2006) yang mendeskripsikan kesan, pandangan, dan komentar narasumber atas *event* JFC 2016; 2) Klasifikasi narasumber terbanyak dari kalangan birokrat, hal ini mengacu ada profesi orang yang bekerja secara formal pada lembaga Negara/Pemerintahan. Kalangan birokrat mendominasi sebagai narasumber dalam pemberitaan JFC 2016 karena penyelenggaraan JFC 2016 melibatkan Pemerintah Daerah Jember dan pejabat sebagai tamu undangan seperti: Anggota Komisi X DPR RI, Anang Hermansyah dan Menteri Kelautan dan Perikanan RI, Susi Pudjiastuti.



Sumber: Hasil Penelitian, Data Diolah Peneliti.

Gambar 3. Persentase Substansi *Destination Branding*

Pemberitaan JFC 2016 di media *online* berimplikasi pada implementasi *destination branding* Kota Jember berdasarkan lima tahapan pengembangan *destination branding* Morgan dan Pritchard (Morgan *et al.*, 2004): 1) *Market Investigation, Analysis and Strategic Recommendations*: Pemberitaan JFC 2016 pada tahapan ini merepresentasikan ulasan narasumber atas penyelenggaraan JFC 2016 dan perencanaan JFC mendatang. Hal ini bermanfaat bagi pemangku kepentingan Kota Jember dalam menyusun strategi *destination branding* yang lebih baik; 2) *Brand Identity Development. Brand Identity*: Pemberitaan JFC 2016 terbanyak mengandung konten tahapan ini yaitu merepresentasikan kontribusi pemberitaan media yang menginformasikan pesan filosofis 10 defile yang ditampilkan dalam JFC 2016 menandakan bahwa visi misi JFC 2016 terkomunikasikan dengan baik kepada publik; 3) *Brand Launch and Introduction*: Pemberitaan JFC 2016 pada tahap ini merepresentasikan pembangunan *image* JFC 2016 dan asosiasi Kota Jember sebagai “*World Class Street Fashion Carnival*” melalui *tagline* “*Revival*” Indonesia to *The World* pada JFC 2016; 4) *Brand Implementation*: Partisipasi warga Jember di JFC 2016 dari berbagai lapisan termasuk kaum *dhuafa* dan anak-anak yang telah menjalani operasi bibir sumbing banyak diangkat dalam pemberitaan JFC 2016. Pihak-pihak yang terlibat mulai dari pemerintah, pihak hotel, agen *travel*,

masyarakat Jember dalam JFC 2016 adalah representasi komitmen dan partisipasi berbagai pihak dalam mendukung penyelenggaraan JFC 2016. 5) *Monitoring, Evaluation and Review*: Pemberitaan JFC 2016 ada tahap ini merepresentasikan pendapat narasumber dalam memonitor dan mengevaluasi penyelenggaraan JFC 2016. Umumnya berisi tentang *review*, kesan, dan evaluasi narasumber berita mengenai pelaksanaan JFC 2016.

PENUTUP

Simpulan

Pemberitaan *Jember Fashion Carnival* (JFC) 2016 dianalisis berdasarkan kategori unit analisis: sumber informasi, konten berita, substansi *destination branding*, kategori berita, dan *tone* berita. Diperoleh hasil analisis frekuensi sumber informasi terbanyak dari birokrat (39%), konten berita terbesar berisi topik *review* JFC 2016 dan penyelenggaraan JFC 2016 masing-masing sebanyak (20%), kategori berita terbanyak bertema *lifestyle* (40%), dan didominasi *tone* berita positif (70%).

Pemberitaan *Jember Fashion Carnival* (JFC) 2016 memuat informasi 5 tahapan *destination branding* mulai dari tahap *Market investigation, analysis and strategic recommendations*; *Brand identity development*; *Brand launch and introduction: communicating the vision*;

Brand implementation; hingga *Monitoring, evaluation and review*. Masing-masing berita bisa mengandung satu atau dua unsur tahapan *destination branding* Kota Jember. Karena penyelenggaraan JFC 2016 adalah bagian dari upaya *destination branding* Kota Jember.

Hasil analisis isi berita JFC 2016 menunjukkan bahwa penyelenggara JFC 2016 telah mengomunikasikan *destination branding* Kota Jember dengan baik. Hasil penelitian ini dapat dijadikan panduan bagi penyelenggara JFC dalam menyusun perencanaan yang lebih baik pada *event* mendatang dan memberi peta evaluasi penyelenggaraan JFC 2016.

Saran

Lebih jauh penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperdalam fokus penelitian berupa dampak pemberitaan JFC 2016 terhadap komunikasi yang dapat dilakukan mengikuti *Elaboration Likelihood Model* atau menggunakan pendekatan penelitian lainnya yang mendukung tujuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Augusta, E. (2013). TAMPILAN KEKERASAN DALAM FILM (Studi Analisis Isi Tentang Kekerasan Fisik dan Psikologis Dalam Film 'The Raid: Redemption' Karya Gareth Evans). *FLOW*, 2 (5). [Online]. Available at: <http://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/11348>.

Birowo, M. A. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gitanyali.

Griffin, E. A. (2014). *A First Look at Communications Theory*. 9th ed. New York: Mc Graw-Hill.

Heath, R. L. (2005). *Encyclopedia of Public Relations*. Volume 1. California: Sage Publications.

Holsti, R. (1969). *Content Analysis for Social Science and Humanities*. Massachusetts: Addison Westly Publishing Company.

Hsieh, H.-F. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15 (9), p.1277–1288. [Online]. Available at: doi:10.1177/1049732305276687.

Iliachenko, E. Y. (2005). Exploring Culture, History and Nature as Tourist Destination Branding Constructs: The Case of a Peripheral Region in Sweden. In: *The VIII Nordic-Scottish Conference on Rural and Regional Development in association with the 14th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research*, 2005, Akureyri, p.1–11.

Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Littlejohn, S. W. and Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. 9th ed. Jakarta: Salemba Humanika.

Morgan, N., Pritchard, A. and Pride, R. (2004). *Destination branding: creating the unique destination proposition*. 2nd ed. London: Butterworth-Heinemann Ltd.

Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Situmorang, S. H. (2008). Destination Brand: Membangun Keunggulan Bersaing Daerah. *Wahana Hijau: Jurnal Perencanaan & Pengembangan Wilayah*, 4 (2), p.79–86. [Online]. Available at: <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/17965>.

Suprpto, T. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.