**BAB II**

# **TINJAUAN PUSTAKA**

## **2.1 Literatur Review**

Literaturareview ataupun tinjauan literatur dalam ssuatu penelitian bermanfaat sebagaiadasar ataupun landasan teori yang dipergunakan dalam penelitian tersebut. Landasanateori tersebut dapat berbentuk hasilapenelitian terdahulu yang mempunyai topikaserupa ataupun pendapatapara pakar yang ahli dalamasubjek yang kitaateliti. Beberapa penelitan terdahulu yang sejalan dengan penelitian iniaantara lain sebagai berikut:

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nama Peneliti** | **Judul** | **Hasil Penelitian** | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| Wiwin Kartikawati  (2018) | Dampak Pelaksanaan Event Pariwisata Yang Diselenggarakan Oleh Dinas Pariwisata Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Lombok Barat | Event pariwisata yang diadakan oleh DinasaPariwisata Kabupaten Lombok Barat memiliki dampak terhadap kunjungan wisatawan. Pelaksanaan event pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat memiliki dampak positif yaitu dapatameningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Lombok Barat. | Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang dampak suatu event terhadap kunjungan wisatawan | * Jenis penelitian * Lokasi penelitian |
| Reka Anita (2020) | Analisa Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Industri Pariwisata Di Provinsi Sumatera Utara | 1. Pariwisata berpengaruh positif dan signifikana   terhadapa pertumbuhan ekonomia   1. Pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadapa pariwisata. Faktoralain yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata adalah nilai tukar dan indeks harga konsumen. | Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang dampak terhadap sektor pariwisata | * Jenis penelitian * Lokasi penelitian |
| Bagas (2020) | Pengaruh Pandemi Virus Corona Disease 2019 (Covid- 19) Dan Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Terhadap Frekuensi Pengujung Wisata  Tanjung Palette Kabupaten Bone | Terjadi penurunan frekuensi/jumlah pengunjung Wisata Tanjung Palette sebesar 91.91%. Sedangkan untuk pengaruh antara variabel corona (Covid-19) dan Penerapan PSSB terhadap Frekuensi pengunjung Wisata Tanjung Palette yaitu Corona (Covid-19) secara parsial berpengaruh negatif terhadap frekuensi pengunjung wisata Tanjung Palette. Serta penerapan PSBB secara parsial berpengaruh negatif terhadap frekuensi pengunjung wisata Tanjung Palette. | * Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang dampak kujungan wisatawan * Jenis penelitian adalah kuantitatif deskriptif | * Lokasi penelitian * Objek penelitian |
| Cintya Amira Saniya  (2021) | Dampak Covid-19 terhadap Aktivitas Pariwisata Kota Lama Semarang dalam Aspek Sosial Ekonomi Masyarakat | Bahwa kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar berubah menjadi baik dan penyerapan tenaga kerja relatif tinggi dan meningkat setelah adanya perkembangan pembangunan Kawasan Kota Lama Semarang. Serta kepatuhan pihak pengelola terhadap penerapan protokol kesehatan di kawasan sekitar terkondisikan cukup baik. | * Ruang lingkup penelitia, yaitu tentang dampak terhadap sektor pariwisata. | * Jenis penelitia * Lokasi penelitian |
| Muhammad Fadlil Abdul Aziz(2017) | Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan melalui Event Wisata Solo International Performing Art di Kota Surakarta | Event wisata SIPA (Solo International Performing Art) mempunyai konsep pengelolaan yang bagus sehingga bisa meningkatkan kedatangan wisatawan ke Kota Surakarta. | * Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang dampak event terhadap sektor pariwisata * Lokasi penelitian | * Jenis penelitian * Objek penelitian |

## **Kerangka Teoritis**

Pemaparan teori-teoriaserta konsep-konsep yangamenjadi landasan dalam penelitianaini yang harusnya mempunyai bebarapa kajian ataupun tinjauanapustaka berbentuk teori serta konsepapemikiran. Rangkaian tersebut hendak dipaparkan diawali dari teoriaumum, teoriamenengah dan teoriakhusus. Kerangka teoritis ini bertujuan untukamembantu memahami serta menganalisaapermasalahan dengan bantuan pendapatapara pakar atau ahli yangaberkompeten didalam bidang penelitianaini. Oleh sebab itu penulisahendak menggunakan atau memakai teori-teori yangaberhubungan denganapermasalahan yang hendak diteliti serta menjadikannya pedoman dalamapenelitian. Dalam penelitian ini kerangka pemikiranayang digunakan adalah deduktif ataupunapengambilan kesimpulan buat hal-hal yang kusus bersumbaer pada kesimpulan yang bersifat universal dengan kerangka konseptual supaya penelitian ini bisa dipertanggung jawabkan secara ilmiah dalam ruangalingkup Hubungan Internasional.

### **Diplomasi Publik**

Diplomasi publik secara umum dalam pengertiannya dapat dimengerti sebagai suatu upayaabuat mempengaruhiapublik internasional guna tercapainya kepentingananasionalasuatu negara.

Menurut Ranny Emilia, diplomasi publik merupakan suatu diplomasi yang menekankan suatu keterbukaan dimana sebuah negara yang berdaulat bersama dengan warga negara lain bekerja sama untuk mempengaruhi para pendengarnya dengan terus mempromosikan kepentingan negaranya dengan tujuan menciptakan pandangan positif terhadap pemimpin atau kebijakan luar negeri suatu negara cara yang dilakukan pun cukup beragam, bisa melalui film, buku ataupun program-program yang ada di televisi (Emilia, 2013:1).

Denganademikian membuat keinginan negara-negara diadunia berlomba-lomba berupaya guna mengembangkan pemikirannya dalam melaksanakan diplomasi publik untuk meningkatkan pemikiran positif negara kearah lain baik dalam jangka waktu pendek ataupun buat jangka waktu panjang yang dapat menguntungkan serta memudahkan tercapainya tujuan-tujuan kebijakan luar negeri (Wardhani, 2016).

Diplomasi kebudayaan adalah usaha memperjuangkan kepentingan nasional suatu negara melalui kebudayaan, secara mikro, seperti olahraga, dan kesenian, atau secara makro misalnya propaganda dan lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer.(Warsito-Kartikasari, 2007:5)

Diplomasi budaya merupakan contoh yang amat utama daria*soft power* (Gienow-Hecht, 2010:21). Budaya, yangapaling utama menarik untuk masyarakat lain, merupakan salah satuapoin penting dari *soft power* (Nye, 2011:84; Geertz, 1973:89). Diplomasiabudaya menawarkanasuatu yang tidak bisa ditawarkan oleh diplomasi ekonomi, politik, dan diatasasegalanya. Keahlian untukameyakinkan orang lain lewat budaya, nilai, gagasan sera bukan melalui kekerasan menggunakan kemampuanamiliter, politik ataupun ekonomi. Walaupun diplomasi budaya tidak bisa dihitung serta dilihat secara eksplisit, diplomasi budaya bisa diterapkan di dunia, diamana kekuasaan tersebar luas di seluruh negara di dunia serta etos kerja bersama saling ketergantungan.

Diplomasi

Menurut teori Sistem Dunia Modern (*Modern World System*), ekonomi internasional ialah tempat pertarungan kepentingan antar negara-negaraapusat yang maju dengan negara-negara pinggiranayang lemah sertaaterbelakang, dalam bentukapenghisapan, yang mengakibabkan negara-negara terbelakangaterhalang kemajuannya baik secara politik ataupun ekonomi. Pembagian kerjaainternasional secara langgeng sudah menempatkananegara-negaraapinggiran senantiasa pada posisiatergantung kepadaanegara-negaraamaju. Lewat keahlian ekonomi, jenis produksi, teknologiaserta skema perdagangan yang dibuat sedemikian rupa, negara-negaraapusat(maju) menikmatiaaliran surplusaperdagangan yang secara bersamaan memiskinkananegara-negara pinggiran. Dengandemikian, fenomena pembangunan serta keterbelakanganadalamaperspektif hubunganainternasional tidak lain ialah sisiayang berbedaadari mataauangayang sama.

Pertumbuhan pembangunan ekonomiaIndonesia dewasa iniamenempilkan semakin terintergrasinya denganaperekonomian dunia. Perihal ini ialah konsekuensi dari dianutnyaasistem perekonomian terbukaayang dalamaaktivasinya sering berhubungan serta tidakalepas dari fenomenaahubungan internasional. Perdaganganainternasional menggambarkan salah satuaaspek berarti dalam perekonomianasetiap negara diadunia. Perdagangan ataupun pertukaranabisa dimaksud sebagai prosesatukar menukarayang berdasarkan atas keinginan sukarela dari tiap-tiapapihak. Tiap-tiap pihak wajib memiliki kebebasan guna memastikan untung rugiadari pertukaranatersebut, dari sudutakepentingan masing-masing setelah itu memastikan apakahadia ingin melaksanakan pertukaran ataupun tidak (Budiono, 1982). aDalam melaksanakan perdaganganainternasional hingga setiap negara membutuhkan cadanganadevisa selaku alat pembayaran luar negera. Dalam sejarahateori perdaganganainternasional, paham Merkantilismeayang memperkenalkanabahwa devisa adalahaemas(gold). apalagi emasaadalah lambang kekayaanasuatu negeri, sehingga kebijakan pemerintah wajib menghasilkan atau menciptakanasurplus emas, sebab emas selakuaalat pembayaran internasional. Emas diciptakan lewat surplusaekspor, yang hendak menciptakan negara yang kian kuat. Dengan demikian pembuatan atau perencanaan ekonomiaberorientasi memperbesaraekspor serta memperkecilaimpor dengan sasaran memperbanyak emas.a

Tujuan pemakaian atau penggunaan devisaaantara lain buat membiayai aktivitas perdaganganaluaranegera, membayar beberapa barangaimpor, membayar cicilanaserta bunga pinjamanaluaranegeri. Cadangan devisa adalah indikatoramoneter yang sangataberarti yang menampilkanakuat ataupun lemahnya fundamental perekonomianasuatu negara. Tidak hanya itu, cadanganadevisa dalam jumlah yangacukup merupakan salah satu jaminanatercapainya stabilitasamoneter serta perekonomian makroasuatuanegara (Tambunan, 2001). Besar kecilnya posisi cadanganadevisa suatu negeri bergantung pada bermacam aspek yang mempengaruhiapada tiap-tiap faktor dalam neracaapembayaranaIndonesia. Untuk negaraaberkembang semacam Indonesia eksporamemegang peranan berarti dalam pembangunananasional, valutaaasing yang didapat dari aktivitas ekspor hendak meningkatkan cadanganadevisa negara yang pada kesimpulannya bisaamemperkuat fundamentalaperekonomian Indonesia.

Salah satuaupaya pemerintah buat mendapatkan atau memperoleh devisa darialuar negara adalah denganajalan mengadakan pinjaman ke negara lain serta mengeksporahasil-hasil sumberadaya alam kealuar negeri. Dari hasiladevisa ini hingga bisa digunakan untuk meningkatkan dana pembangunananegara.

Sektor pariwisata ialah “lahanabasah” untuk Indonesia buat tingkatkan cadangan devisanya sebab negara iniamempunyai keindahan alamayang luar biasa menakjubkan serta tidak terhitung banyaknya. Belum lagi bermacam hasil kebudayaan baik berbentuk candi, tarian, adat, serta lain sebagainyaayang berbeda serta unik di setiapadaerahnya. Kekayaan wisata yang dipunyai olehaIndonesia tidak akan menurun ataupun berkurang sebanyak apapun wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara berkunjung serta menikmati liburanamereka di nusantara. Perkembangan ekonomi yang cepat di sebagian negara emerging market yang tingkatkan daya beli serta ketersediaan mereka untuk melangsungkan perjalanan. Keempat, kekuatan media sosial serta internet yang bisa mempromosikan serta memasarkan tujuan wisataayang menarik danaindah.

### **Pariwisata**

1. PengertianaPariwisata

Sebutan pariwisataaberasal dari 2 suku kata, ialah pari danawisata. Pari ialah banyak, berulangkali ataupunaberputar-putar. Wisata bisa diartikan perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan berulang kali atau berputar-putar dariasuatu tempat ke tempat yang lain.

Pengertian pariwisataasecara umum bisa dilihat dariabeberapa definisiasebagai berikut :

* Menurut A.J. Burkart dan S. Medlik, pariwisata adalahaperpindahan orang buat sementara serta dalamajangka waktuapendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka umumnya hidup dan bekerja, serta kegiatan-kegiatanamereka selama tinggaladi tempat-tempat tujuanatersebut.(Soekadijo,2000:3)
* Menurut Prof. Hunzieker dan Prof. K. Krapf, pariwisata bisa diartikan keseluruhanajaringan serta tanda-tanda atau gejala yang berkaitan denganatinggalnya orangaasing di suatu tempat, dengan ketentuan kalau mereka tidak tinggal di sana untuk melaksanakan sesuatu pekerjaan yang berarti atau pentingayang memberikan keuntungan yang bersifat apermanen ataupun asementara (Soekadijo,2000:12).
* Menurut World TourismaOrganization(WTO), pariwisataaberarti aktivitas seorang yang bepergianake ataupun tinggal diasuatuatempat di luar lingkungannyaayang biasa dalam waktu tidak lebih dari 1 tahun secaraaterus menerus, buatakesenangan, bisnis mauupun tujuan yang lain.( Kaseke,1999)

Dalam Undang-undang RI no 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dipaparkan bahwa:

1. Wisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukanaoleh seorang atau kelompok orangadenganamendatangi tempat tertentuauntuk tujuanarekreasi, pengembanganapribadi, ataupun menekuni keunikan dayaatarik wisata yang didatangi, dalam jangkaawaktu sementara.
2. Wisatawan merupakanaorang yang melangsungkan atau melakukan wisata.
3. Pariwisata merupakan berbagai macam aktifitas wisata serta didukung bermacam sarana serta layanan yangadisediakan oleh pengusaha, masyarakat, serta pemerintah.
4. Kepariwisataan merupakan kesemua aktifitas yang terikat dengan pariwisataaserta bersifat multidimensi sertaamultidisiplin yang timbul selaku bentuk kebutuhan tiap orang serta negara dan interaksi antara warga setempat, wisatawan, pengusaha, sesama wisatawan, pemerintah daerah.

Pariwisata adalahasalah satu bidang yangamenjadi perhatian di duniaadalam beberapa dekadeaterakhir. Berbagai macam dampakaatau akibat positif, aseperti perkembanganaekonomi serta kenaikan pemasukan ekspor, yangadiperoleh dari aktifitas pariwisata, menjadikanasektorapariwisata selaku salah satu sektoraekonomi yang menghadapi perkembangan pesat di dunia. Pada tahun 2015, totalakedatanganainternasional wisatawan di duniaamencapai 184 juta orang dengan kenaikan jumlah kunjungan wisatawan internasional sebesara4.4 persenadari tahun 2014 ataupun meningkat kurang lebih 50 juta orang yang melakukanaperjalanan wisata internasional (UNWTO, 2015).

1. **Jenis-jenis Wisata**

Wisata berdasarkanajenis-jenisnyaabisa dibagi keadalam 2 kategori, yaitu

1. WisataaAlam
2. Wisata Pantai(*Marine tourism*), ialah aktifitas wisata yang ditunjang oleh fsilitas atau sarata serta prasarana untuka menyelam, memancing, berenang, serta olahragaaair yang lainnya, termasuk fasilitas sertaaprasarana akomodasi, makanadan minum.
3. Wisata Etnik(*Etnik tourism*), adalah perjalanan guna melihat atau mengamatiaperwujudanakebudayaan serta gaya hidupamasyarakat yangadianggap sangat menarik.
4. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), adalah wisata yangabanyak berhubungan denganakegemaran dengan keindahan alam, kesegaran hawa udaraadi pegunungan, keajaiban hidup fauna(margasatwa) yang sangat jarang atau langka, dan tumbuh-tumbuhanayang tidak sering ada di tempat-tempat lain.
5. Wisata buru, adalah wisata yangaada di negera-negera yang mempunyai wilayah ataupun hutanatempat mencari atau berburu yang dibenarkan oleh pemerintahs serta digunakan oleh berbagai macam agen atauabiro ekspedisi.
6. Wisata agro, adalah tipe wisata yang mengorganisasikanaperjalanan atau ekspedisi ke tempat proyek-proyekapertanian, perkebunan, serta ladangapembibitan di mana wisataarombongan bisa mengadakan kunjunganaserta peninjauan untuk riset ataupun menikmati segarnya tumbungan disekitarnya.
7. WisataaSosial-Budaya
8. aset sejarah atau peninggalan kepurbakalaan serta monumen, wisata iniatermasuk kalangan budaya, monumenanasional, gedung yang memiliki sejarah, desa, kota, bangunan-bangunanakeagamaan, tata tempat-tempatabersejarah lainnya seperti tempat bekasapertempuran atau perperangan(*battlefields*). Menjadi data tarikautama di berbagai negara.
9. Museum serta saranaabudaya yang lainnya, ialah wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu daerah atau kawasan tertentu. Museumabisa dikembangkan bersumber pada tema-nya, antara lainamuseum sejarah, arkeologi, sejarah alam, etnologi, kerajinan serta seni, ilmuapengetahuan serta teknologi, industri, maupun denganatema tersendiri yang lainnya.
10. **Potensi Wisata**

Potensi dapat disebut sebagaiakekuatan, tenaga, atau keahlian yang, terpendam yang mempunyai serta belum dimanfaatkan secara maksimal. Potensi merupakan serangkaian keahlian, kesanggupan, kekuatan, maupun energi yang memunyai kemungkinan untuk dapat dibesarkan lagi menjadi wujud yangalebih besar. Wujud ini umumnya didapatkan lewat pembangunan guna kesejahteraan dalamakehidupan masyarakat(Majdi, 2007).

Kesejahteraanamasyarakat, jati diri, mutu atau kualitasahidup, nilai tambah serta konversasiasumber daya seni dan budaya serta kerjasama internasonalaadalah unsur-unsurakunci buat mengapai visi pariwisata berkepanjangan di Indonesia. aKepariwisataan ini memiliki kemampuan guna dikembangkan menjadiaatraksi wisata.

Hingga untuk mendapatkan potensiakepariwisataan disuatu wilayah orang wajib berpedomanakepadaaapa yang diaraih olehawisatawan. Kemampuan atau potensiamenjadi perihal yang wajib dicermati dan diperhatikanalebih jauh lagi, perihal ini ditujukan supaya seluruh kelebihan serta potensi yang bisa dikembangkan bisa dioptimalkan secara maksimal. Pasti seluruhnya itu tidakalepas dari kedudukan seluruh pihak yang berkaitan, baikasecara langsung ataupun secara tidakalangsung. Potensiasuatu wilayah danakepariwisataan ialah 2 perihal yang mempunyai keterikatan yang erat, keduanya bisa bergerakamaju untuk menerapkan perkembangannya serta perekonomianadaerah.

Dalam undang-undanganomor 10 tahun 2009 bahwa kepariwisataan adalah bagianadari integralapembangunan nasional yang dilakukanasecara terpadu, terencana, sistematis, berkepanjangan, bertanggungajawab dengan senantiasa membagikan proteksi terhadap nilai-nilaiaagama, budaya yang hidupadalam masyarakat,akelestarian serta kualitas dalam lingkunganahidup, dan kepentingananasional. Dari penafsiran diatas bisa ambil kesimpulan kalau potensiapariwisata adalah sesuatu objekayang memiliki kekuatan buat dikembanganaserta dapat membagikan timbalabalik yang baik terhadap wisata. Penafsiran pariwisataamerupakan suatu yangaada di wilayahatujuan wisata, serta ialah daya tarik agar orang-orang ingin pergi berkunjung ketempatatersebut. Jadiayang artikan potensi wisata merupakan sesuatu yang bisa atau dapat dikembangkanamenjadi dayaatarik suatu objek wisata.

1. **Promosi Pariwisata**

Promosi pariwisata merupakanaupaya memperkenalkanapariwisata, baik dalamasegi objekapariwisata yang bisa didatangi, ataupun dalam segi kebudayaan yangadapat dinikmatiaoleh wisatawan.

Dalam duniaapariwisata, produk yangadihasilkan pastinyaaberbeda dengan produk industri yang lain. Produkapariwisata berbentukakeindahan panorama alam sertaakeunikan budaya, baikaupacara adat ataupun kuliner, sedanganaproduk industri misalnyaaindustri tekstil produk yang dihasilkanya berbentukakain.

Menurut Soekadijo(2000), ada 2 tipe kegiatanapromosi dalam pariwisata.

1. Promosialangsung, ini dilakukanaoleh seluruh lembaga yang berkaitan denganapemasaran pariwisataatersebut.
2. Promosi tidakalangsung, ini di tujukan guna penyaluraproduk pariwisata, semacam biro ataupun agenaperjalanan

Keberhasilanapromosi serta publikasiakelihatan dariahal-hal sebagaiaberikut

1. Semakinabanyaknya arusakedatangan wisatawan
2. Lamanyaawisatawan tinggal diadaerah atau wilayah yang di promosikan.
3. Besarnyaapengeluaranawisatawan
4. Terdapatnya kecenderunganawisatawan guna berkunjungalagi ke wilayah pariwisataayang sama

Aktifitas pemasaranaataupun promosiapariwisata memerlukan konsep dan sokongan dari masyarakat lokal ataupun pemerintah, denganabegitu masyarakat serta pemerintahadapat bersama salingamembantu dalamakegiatan pemasaranapariwisata. Pemasaranawisata bisa dibatasi sebagaiaupaya-upaya sistematis serta terpadu yangadilakukan oleh Organisasi PariwisataaNasional dan/ataupun badan-badanausaha pariwisata, padaataraf internasional, lokal serta nasional, untuk penuhi keinginan wisatawanabaik secara kelompokamaupun individu masing-masing, denganamaksud meningkatkan perkembangan pariwisata.

### **2.2.3 Wisatawan Mancanegara**

Menurut BPS didefinisikan wisatawanamancanegara rupakan setiap pengunjungayang mendatangi suatu negeri di luar tempatatinggalnya, didukung olehasatu ataupun beberapaakeperluan tanpa bertujuan untuk memdapatkan pendapatan atau pemasukan di tempatayang didatangi serta lamanyaakunjungan tersebutatidak lebih dari 12 (duaabelas) bulan. Pengertian ini merangkap 2 macam turis mancanegara, ialah: wisatawan dan pelancong.

1. Wisatawan (*Tourist*) merupakan setiap pengunjung seperti definisi wisatawan mancanegara, yang tinggal setidaknya 24 jam, namun tidak lebih dari 12 bulan di tempat yang didatangi, dengan antara lain liburan/tamasya, berolahraga, bisnis, mendatangi pertemuan, studi, serta kunjungan dengan sebab kesehatan.
2. Pelancong (*Excursionist*) merupakan setiap pengunjung seperti definisi wisatawan mancanegara, yang tinggal kurang dari 24 jam di tempat yang didatangi, termasuk *cruise passengers*. *Cruise Passengers* adalah setiap pengunjung yang datang di suatu negara dengan kapal ataupun kereta api, dimana mereka tidak menginap di akomodasi yang ada di negari tersebut).

Kata wisatawan berasal dari bahasa Sansekerta, dari asal kata “wisata” yang berarti perjalanan atau ekspedisi ditambahadengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melaksanakanaperjalanan wisata. Dalam bahasaaInggris, orang yang melaksanakan perjalananadisebut traveller . Sebaliknya orang yang melaksanakan perjalanan buat tujuan wisataadisebut *Tourist*.

Definisiamengenai tourist, diantara bermacam pakar serta ahli atau Badan Internasional, masih belum terdapat keseragamanapenafsiran atau pengertian. Selisih pengertian ataupun batasan diasebabkan karena perbedaan latarabelakang pendidikan ataupun keahlian, perbedaan kepentingan serta perbedaanapandangan dari para pakar atauabadan tersebut. Baik mengenai batasanawisatawan internasionalamaupun wisatawan domestik.

Padaatahun 1937, Komisi EkonomiaLiga Bangsa-bangsaamenyebutkan motif-motif yangamenyebabkan orang asing bisa disebutawisatawan. Mereka yang termasukawisatawan mancanegara antara lain :

1. Orang yang mengadakan ekspedisi buat bersanang-senang(*pleasure*), karena alasanakeluarga, kesehatan danasebagainya.
2. Orang yang mengadakanaperjalanan untuk mendatangi pertemuan-pertemuan ataupun selaku utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, atletik serta sebagainya)
3. Orang yangamengadakan perjalanen bisnis.
4. Orang yang tiba dalam rangka pelayaranapesiar (*sea cruise*), jika dia.tinggalakurang dari 24 jam.

Namun sebutan wisatawan tidak meliputiaorang-orang berikut :

1. Orang yang tiba untuk memangkuajabatan ataupun mengadakan usaha di suatuanegara.
2. Orang yang tiba untukamenetap.
3. Penduduk wilayah perbatasan serta orang yang tinggal dianegara yang satu, akanatetapi bekerja di negari tetangganya.
4. Pelajar, mahasiswa serta kalangan muda di tempat-tempat pemondokan serta disekolah-sekolah
5. Orang yang dalam perjalanan lewat suatu negari tanpa menyudahi di sana, walaupun di negari itu lebih dari 24 jam.

### **Pariwisata Internasional**

Pariwisataainternasional yang definisinyaadibuat oleh *United Nations World*a*Tourism Organization* (UNWTO), pariwisataainternational merupakan aktifitas orang berpergian serta tinggal di tempat-tempatadiluar mereka umumnya tinggal secara permanen dalam jangkaawaktu tidak lebih dari 12abulan buat liburan, bisnis, serta urusan lainnya (SESRIC, 2018). Kegiatan pariwisata internasional pula diisyarati oleh kenaikan berkepanjangan dalan persebaran geografis pula pembedaan dari destinasi wisatawan dan produk. Walaupun sebagian besar kegiatan pariwisata internasionalakonsentrasi pada pertumbuhan daerah Eropa serta Amerika, pasar di daerah tumbuh sebagai penerima wisatawan baru diamati menghadapi perkembangan substansial.

Pariwisataainternasional sudah berganti jadi salah satu aktivitas ekonomi utama serta sumber daya berarti untuk pertukaran pemasukan luar negera serta pekerjaan di banyak negaraaberkembang. Lebih dariabeberapa dekade, aktivitas pariwisata internasional sudah menampilkan perkembangan substansial serta berkepanjangan dalam perihal pemasukan pariwisata serta jumlah turis. Oleh sebab itu, dalam beberapaatahun terakhir, pengembangan pariwisata sudah diberikan banyak atensi dalam strategi pembangunananasional di negara-negaraaberkembang, serta ditempatkan di banyak jadwal konferensiainternasional tentang pengembangan berkepanjangan. Pula pariwisata dianggap selaku salah satu sektor terbanyak atau terbesar di dunia serta jenis berarti dari perdagangan internasional.

### **Event**

1. **Pengertian**

Event merupakan suatuaagenda, aktivitas ataupun festival tertentu yang menampilkan, menunjukan serta memperingati untuk merayakan hal-hal berarti yang diadakan padaasaat tertentu dengan maksud mengkomunikasikanapesan-pesan pada wisatawan atau pengunjung.

Berikutadefinisi dan penafsiran event dariberbagaiasumber buku:

1. Menurut Kennedy(2009), event merupakan pertunjukan, pameran ataupun festivaladengan ketentuan adanya pengunjung, partisipan dan penyelenggara.
2. MenurutaSulaksana(2003), event adalah sesuatu peristiwaayang diselenggarakanauntuk mengkomunikasikanapesan tertetu kepada audiensasasaran.
3. MenurutaAllen(2002), Event merupakan sesuatu ritualaistimewa penampilan, penunjukan ataupun perayaanayang tentu di agendakan untuk meraih tujuan budaya, sosial, ataupun tujuanabersama.
4. MenurutaNoor(2009), event adalah sesuatu aktivitas yang diadakan untuk memeringati hal-halapenting selama hidup manusiaabaik secara perorangan ataupun kelompokayang berhubungan secaraaadat, tradisi, budaya serta agama yang diadakan untuk maksud tertentu dan menyertakan lingkunganamasyarakat yang diadakan padaawaktu tertentu.
5. **Jenis-jenis Event**

MenurutaNoor (2009), ada 4 tipe event, ialah *LeisureaEvent, Cultural Event, Personal Event,* serta *organizationalaEvent*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. *Leisure Event* adalah jenis event yang berkembang banyak pada aktivitas keolahragaan yang diadalamnya mempunyai faktor pertandingan serta mendatangkan banyak wisatawan.
2. *Personal Event* adalah aktivitas yang didalamnya menyertakan teman ataupun anggota keluarga dimana jenis event ini bisa diucapkan lebih simpel. Contoh pada personal event ialah pengadaan acara perkawinan dll.
3. Cultural Event adalah aktivitas yang sama persis dengan budaya ataupun mempunyai nilai sosial yang besar dalam tatanan masyarakat. Dengan pertumbuhan serta kemajuen teknologi yang makin pesat mendesak penyelenggara nacultural event terkemas agar lebih menarik dan sanggup membiasakan dengan suasana dan keaadaan pada masa modern sehingga jadi sesuatu susunan serta paduanayangaberkesan.
4. *Organizational Event* adalah wujud event yang diadakan pada organizational event merupakan aktivitas yang dicocokan dengan tujuan organisasi. Contoh wujud event pada organizational event antara lain konferansi pada suatu partai politik, pertunjukan yang diadakan oleh sesuatu organisasi ataupun perusahaan denganakepentingan organisasi ataupun perusahaanatersebut.

Menurut Abdullah(2009), bersumber pada dimensi serta skala event dibagi jadi 3 jenis, ialah: mega event, medium event dan mini event. Uraian ke 3 event tersebut ialah sebagai berikut:

1. Mega Event merupakan event yang merujuk pada kriteria diiringi wisatawan internasional, regional setidaknya 5 negeri, pengunjung atau wisatawan dalam jumlah total keseluruhan bersumberkan total lebih dari satu juta orang pengunjung, atau wisatawan, keuntungan lebih besar, investasi yang lebih besar, berakibat besar pada ekonomi masyarakat serta diliput oleh media secara luas. Event yang termasuk dalam jenisabesar ini semaacam Olimpiade, PialaaDunia, MTQainternasional.
2. MediumaEvent merupakan eventadenganaaktivitas event menengah yang didatangi antara seratus ribu orang hingga dengan satu juta orang wisatawan, berakibat secaraanasional.
3. Mini Event. Merupakan event denganaaktivitas yang diiringi oleh kurangadari seratus ribu orang wisatawan serta bersifat lokal.
4. **Karakteristik Event**

Menurut Noor (2009), suatu event yang menarik wajib mempunyai karakteristik dalamapenyelenggaraanya, ialah memiliki karakteristik tertentu serta cenderung mempunyai perbandingan antara satu dengan yang lain. Adapun ciri event yang bagus ialah sebagaiaberikut:

1. *Uniquenesses*

kunciautama berhasilnya suatu event ialah pengembangan inspirasi sehinggaaevent mempunyai keunikan tertentu. Event denganawarna yang berbeda, tidakaakan mudah buatadilupakan oleh sasaran audience. Keunikan bisa berasal dari partisipan yang turut serta, area sekitar, wisatawan pada event tersebut dan beberapa perihal lainnya sehingga menciptakan event menjadiaunik serta berbeda dariayang lain.

1. *Perishability*

merupakan kemungkinan terjadinya event yang tidak cocok dengan agenda ataupun kegiatan tidak meriah sehinggaatidak memuaskan. Apabila eventatidak disusun dengan baik hingga target-target yang mau dicapai di acara tersebutatidak akanatercapai.

1. *Intangibility*

Setelah mendatangi event, yang tertinggal di pikiran wisatawan ialah pengalaman yang mereka dapati dari pengadaan event. Bagi penyelenggara perihal ini ialah tantangan buat mengganti wujud pelayanan intangible menjadi suatu yang berwujud sehingga sedikit sekecil apapun bentuk yang dipakai dalam event sanggup mengubah anggapan wisatawan. Semacam penggunaan audio visual yang bermutu yang tak terlupakan oleh wisatawan event.

1. *Personal Interaction*

Personal interaction adalah salahasatu ciri yang harus ada pada saat eventaberlangsung. Wisatawan yang tiba pada sesuatu event juga mampunyai kedudukan atau peranayang berpengaruh terhadap berhasilnya event. Selaku contoh, keikutsertaan aktif pemirsa pada event konser musik dimana pemirsa dilibatkan untuk bernyanyi sehingga mereka berkontribusi pada terselenggaranyaaevent tersebut.

1. **Manajemen**a**Event**

MenurutaNoor(2009:179), manajemen event adalah sesuatu pengorganisasian suatu aktivitas yang diadakan oleh komunitas ataupun lembaga yang mengelola secara handal, efisien, edan fektif dari perencanaan, penerapan hingga dengan acara berakhir.

Suatu event yang berhasil memiliki 5 tahapan harus yang penting untuk diperhatikan, ialah: *design, research, coordination, evaluation,* dan *planning*. Ada pula uraian tingkatan penerapan event ialah seabgai berikut(Goldblatt, 2002):

1. Research

Dalam melakukan suatu event ada 5 pertanyaan (*who, why, where, what, where*) yang bisa dipergunakan dalam memutuskan pelaksanaan suatu event, ialah: kenapa sesuatu eventawajib diselenggarakan?, siapa publik dari event yang hendak diselenggarakan?, kapan event hendak diselenggarakan?, dimana event hendak diselenggarakan? serta apa yang hendak ditampilkan pada event?.

Sehabis menanggapi ke 5 persoalan tersebut, setela itu coba analisis SWOT(*strenght, weakness, opportunity, threats*) untuk memperoleh serta membenarkan seluruh tahapan agar berjalan dengan benar.

1. *Design*

Inspirasi baru bisa menolong menciptakan kegiatan yang cocok dengan maksud dari pelaksanaanaevent yang bisa dicoba dengan mdetode *brainstorming* serta *mind*a*mapping*. Kreativitas wajib sangat disokong oleh event manager, sebab pada kesimpulannya produkayang ditawarkan merupakan seniakreatif. Kreativitas merupakan perihal utama dalam tiap proses manajemen event.

*Brainstorming* dan *mind* *mapping* adalah aktivitas dimana seluruh anggota dikumpulkan serta mengutarakan inspirasi sendiri-sendiri berikutnya disatukan serta dikonstruksi jadi satu filosofi event yang meliputi keuangan, budaya, sosial, serta aspek berati yang lain dalam praktik suatu event.

*Brainstorming* berfokus mengenai tema serta konsep kegiatan, bagaimana artistik dan riasan, hiburan yang disajikan, skema komunikasi yang hendak digunakan. Pada sesi ini dicoba pula riset kelayakan event guna menyaring gagasan-gagasan kreatif yang timbul. Riset kelayakan ini mencermati terpaut SDM, anggaran pembayaran, dan keadaan politik.

1. *Planninga*

Sesi persiapan atau perencana merupakan sesi yang sangat lama dalam proses manajemen event. Bila pada sesi research serta design dicoba dengan baik hingga sesi perencanaan bisa dicoba dengan mudah. Tetapi bila design serta research belum dilakukan dengan baik hingga akan sangat mungkin terjadi ketidak sesuaian pada sesi perencanaan serta di kerjakannya pergantian-pergantian pada rencana utama dengan rencana pengganti.

Dalam sesi perencanaan menyertakan penggunaan 3 dasar hukum ialah waktu, atempat, dan tempo. Kejelianadalam mengunakan ketiga perihal tersebut hendak sangat mempengaruhi hasil dari event yang diselenggarakan.

1. *Coordinationa*

Koordinasi adalah sesi yang amat sering dilakukan dikala penerapan ataupun eksekusi pada sesi sebelumnya yakni mengeksekusi rencana yang sudah dibangun dengan baik. Pada sesi ini kedudukan event manager sangatlah penting di mana event manageradihadapkan kepada banyak opsi yang mewajibkan pengambilan keputusanademi keputusan dicoba dengan handal sehingga berakibat baik pada hasil dari even yang diselenggarakan.

1. *Evolution*

Evaluasi ialah sesi dimana dilakukan evaluasi pada eventadari sesi awal sampai event sudah berakhir diselenggarakan. Evaluasi pada penilaian sendiri berperan guna menjadi bahanaaacuanapada pengadaan event-event seragam yang hendak diadakan setelahnya.

Evaluasiamerupakan prosesapenilaian, apengukuran hendak efektivitas strategi yang digunakan dalam upaya menggapai maksud dari perusahaan. Informasi yang didapat dari hasilaevaluasi tersebut hendak digunakan selaku analisis situasi dalam program selanjutnya. Perihal ini bertujuan guna melihat keberhasilan dari kegiatan tersebut sera melihat kelebihan serta kelemahan acara.

## **Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang masih butuh di buktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “**Event Minangkabau Silek Retreat Signifikan Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Provinsi Sumatera Barat**”.

## **Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabelayang ada pada peneIitian ini dapat dijabarkan sesuai dengan Tabel 2.2 sebagaiaberikut:

**Tabel 2.2**

Operasionalisasi Variabel

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel dalam**  **Hipotesis** | **Indikator**  **(Empirik)** | **Verifikasi**  **(Analisis)** |
| Variabel bebas:  Minangkabau Silek Retreat | Upaya baru dalam menarik kembali minat masyarakat terhadap silek serta menjadi sebuah atraksi pertunjukan yang menarik untuk berbagai kalangan dengan daya tarik sawah sebagai tempat pelaksaan silek. | Berdampak terhadap kehidupan sosial serta perekonomian. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang peling terpengaruh pertama kalinya oleh pandemi covid-19 (wisman) |
| Variabel Terikat:  Kunjungan wisatawan mancanegara di Provinsi SumateraaBarat | Tingkat kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan diadakannya event Minangkabau silek retreat. | Terjadi peningkatan jumlah wisatawan mancanagara setiap tahun sejak diadakannya event Minangkabau silek retreat. |

## **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian ini bisa dijelaskan pada Gambar 2.1 sebagai berikut

Dinas Pariwisata Sumatera Barat

Membuat event Internasional untuk Wisatawan Mancanegara

Promosi pariwisata di Sumatera Barat

Jumlah wisatawan mancanegara di Sumatera Barat meningkat

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**