

**PARADIPLOMASI PARIWISATA SUMATRA BARAT MELALUI
EVENT TOUR DE SINGKARAK**

Skripsi

Oleh

ELFINA NOVANSA

1716071005



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PARADIPLOMASI PARIWISATA SUMATRA BARAT MELALUI EVENT TOUR DE SINGKARAK

Oleh

ELFINA NOVANSA

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan paradiplomasi pariwisata Sumatra Barat melalui *event* Tour de Singkarak (TdS). Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan dibantu dengan dokumentasi. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari *e-book*, artikel, jurnal, laporan, dokumen dan situs internet. Menggunakan teknik analisis data secara bertahap dengan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan konsep paradiplomasi yang bermotif pada isu ekonomi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat dua poin utama pembangun paradiplomasi pariwisata Sumbar, yaitu kerja sama internasional dan promosi pariwisata melalui TdS. Kerja sama internasional dilakukan dengan *Union Cycliste Internationale* (UCI), *Amaury Sport Organisation* (ASO), dan Eurosport. Sedangkan promosi pariwisata melalui TdS, terbagi menjadi dua, secara langsung dan secara digital. Secara langsung, terbagi ke dalam wisata alam dan wisata budaya. Secara digital terbagi ke dalam official TdS dan media internasional. Dapat disimpulkan bahwa paradiplomasi yang dilakukan oleh Sumbar masih belum maksimal, meskipun tujuannya diadakannya TdS sudah tercapai.

Kata kunci: paradiplomasi, pariwisata, Tour de Singkarak

ABSTRACT

WEST SUMATRA TOURISM PARADIPLMACY THROUGH THE TOUR DE SINGKARAK EVENT

By

ELFINA NOVANSA

This research aims to explain West Sumatra tourism paradiplomacy through the Tour de Singkarak (TdS) event. Using a qualitative approach with library study methods, I assisted with documentation. The data used in this research is secondary data, obtained from e-books, articles, journals, reports, documents, and internet sites. Using data analysis techniques in stages by condensing data, presenting data, and drawing conclusions. This research uses the concept of paradiplomacy, which is motivated by economic issues. Based on the research results, there are two main points that build tourism paradiplomacy in West Sumatra, namely international cooperation and tourism promotion through TdS. International collaboration is carried out with the Union Cycliste Internationale (UCI), Amaury Sport Organization (ASO), and Eurosport. Meanwhile, tourism promotion through TdS is divided into two categories: direct and digital. Directly, it is divided into natural tourism and cultural tourism. Digitally divided into official TDS and international media. It can be concluded that the paradiplomacy carried out by West Sumatra is still not optimal, even though the aim of holding TdS has been achieved.

Key words: paradiplomacy, tourism, Tour de Singkarak

**PARADIPLOMASI PARIWISATA SUMATRA BARAT MELALUI
EVENT TOUR DE SINGKARAK**

**Oleh
ELFINA NOVANSA**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2024

Judul Skripsi

: **PARADIPLOMASI PARIWISATA SUMATRA
BARAT MELALU EVENT TOUR DE
SINGKARAK**

Nama Mahasiswa

: **Elfina Novansa**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1716071005**

Program Studi

: **Hubungan Internasional**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Gita Kharisma, S.IP., M.A.
NIP. 198701282014042001

Roby Rakhmadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 199006062019031019

2. Ketua Jurusan Hubungan Internasional

Simon Sumanjaya Hutagalung, S.A.N., M.P.A.
NIP. 198106282005011003

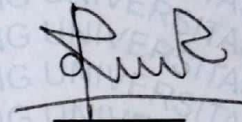
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

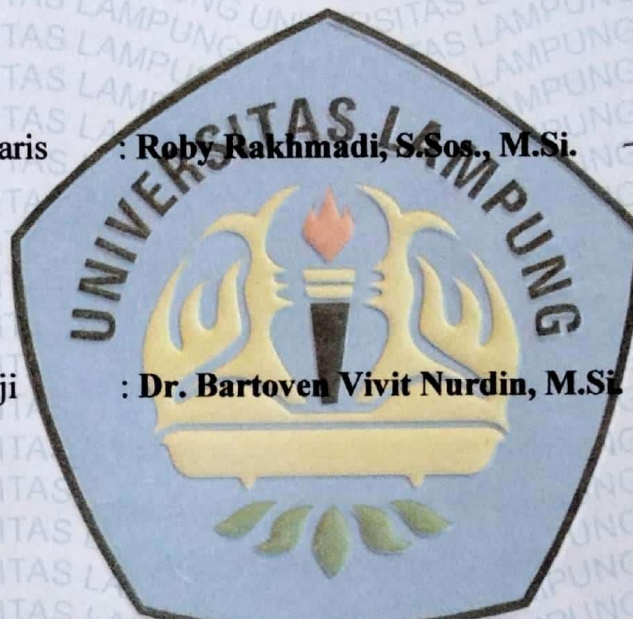
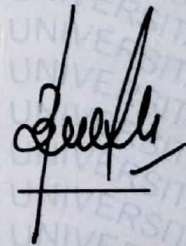
Ketua : **Gita Kharisma, S.IP., M.A.**



Sekretaris : **Roby Rakhmadi, S.Sos., M.Si.**



Penguji : **Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP 196107081987032001

Tanggal Lulus Ujian skripsi : 08 Mei 2024



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMPUNG

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro Nomor 1 Bandar Lampung, 35145
Telepon: (0721)704626 email: psih@fisip.unila.ac.id Laman: <http://hi.fisip.unila.ac.id>

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 28 April 2024

Yang membuat pernyataan,



Elfina Novansa

NPM 1716071005

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Padang pada tanggal 22 November 1999 dari pasangan bapak Irfan dan ibu Asniati. Penulis merupakan anak keempat dari enam bersaudara dan sekaligus anak perempuan tertua di keluarga. Penulis mulai menempuh Pendidikan formal di TK Tunas Bangsa, Kotosani, Solok, Sumatra Barat. Penulis kemudian melanjutkan Pendidikan formalnya ke SDN 1 Way Halim Permai, Bandar Lampung, SMPN 21 Bandar Lampung dan SMAN 5 Bandar Lampung.

Pada tahun 2017, penulis diterima sebagai mahasiswa program S-1 Jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN. Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa – Fakultas (UKM-F) FSPI Unila sebagai anggota BBQ dan pernah mendapatkan hibah pendanaan dari Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Universitas Lampung tahun 2021. Pada tahun 2020, penulis mengikuti program PKL di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Bandar Lampung

MOTTO

Bismillah aja, dan jangan lupa bersyukur.

*Jangan mengkhawatirkan masa depan, jangan menyesali masa lalu,
tapi nikmati hari ini. Supaya kamu bahagia.*

-Fahrudin Faiz-

*Alam semesta ini tidak pernah teruburu-buru,
tapi semuanya tercapai.*

-Marcus Aurelius-

PERSEMBAHAN

Untuk diri saya sendiri dan seluruh *support system* penulis
serta seluruh pembaca

SANWACANA

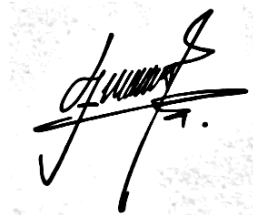
Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Paradiplomasi Pariwisata Sumatra Barat melalui Event Tour de Singkarak”*. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga terkasih, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moril dan materil serta motivasi kepada penulis;
2. Mba Gita Karisma, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, bimbingan, ilmu, dukungan, waktu, kritik, saran, dan perhatiannya kepada penulis;
3. Bang Roby Rakhmadi, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing pembantu yang telah memberikan ilmu, dukungan, waktu, kritik dan saran kepada penulis;
4. Ibu Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan ilmu, saran, waktu dan kritiknya kepada penulis;
5. Teman seperjuangan, Robiyah yang selalu memberikan motivasi, saran, dukungan, dan menjadi pendengar keluh kesah penulis selama proses pengerjaan skripsi serta selama perkuliahan;
6. Abang Hasbi Sidik, S.IP., M.A. yang telah ikut memberi arahan dan bimbingan kepada penulis serta telah banyak membantu penulis selama menjadi mahasiswa Hubungan Internasional;
7. Mas Iwan Sulisty, S.Sos., M.A. yang telah memberikan masukan di proses awal pengerjaan skripsi dan telah membantu penulis di masa perkuliahan;

8. Bapak Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung;
9. Ipah, Fenny, Desna, Amrina, dan Adel teman seperjuangan dan sepermainan yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dan terlibat aktif dalam membantu penulis selama masa perkuliahan;
10. *Support system* lainnya yang telah memberi masukan, motivasi dan dukungan moril ataupun dukungan materil kepada penulis;
11. Adik penulis Anisa Agustina yang telah menjadi juri penulis untuk menjawab pertanyaan keluarga;
12. Chika dan Inas yang selalu memberikan semangat kepada penulis;
13. Teman-teman Hubungan Internasional 2017 dan seluruh pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 28 April 2024



ELFINA NOVANSA

NPM 1716071005

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR SINGKATAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Penelitian.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Fokus Penelitian	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20

3.5 Teknik Analisis Data	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Pariwisata dan Sumatra Barat.....	22
4.1.1 Pariwisata Sumatra Barat	22
4.1.2 Masyarakat Minangkabau dan Adat Basandi Syarak-Syarak Basandi Kitabullah (ABS-SBK).....	27
4.2 Event Tour de Singkarak	30
4.3 Paradiplomasi Pariwisata Sumbar melalui event TdS.....	35
4.3.1 Kerja sama dengan pihak asing	36
4.3.2 Promosi Pariwisata Sumbar melalui TdS	44
4.3.2.1 Promosi Pariwisata Sumbar melalui Tour de Singkarak secara Langsung.....	44
4.3.2.2 Promosi Pariwisata Sumbar melalui Tour de Singkarak secara Digital	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Event Tour de Singkarak Tahun 2009-2019	34
Tabel 4.2 Paradiplomasi Pariwisata Sumbar melalui event TdS	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1 Rumah Gadang.....	23
Gambar 4.2 Jam Gadang.....	24
Gambar 4.3 Masjid Raya Sumbar	24
Gambar 4.4 Kegiatan Menenun	25
Gambar 4.5 Logo TdS.....	29
Gambar 4.6 Technical Meeting UCI 2018.....	36
Gambar 4.7 UCI mengawasi jalannya perlombaan.....	37
Gambar 4.8 Tepian Danau Singkarak	42
Gambar 4.9 Kebun Teh Alahan Panjang, Solok	43
Gambar 4.10 Air Terjun Lembah Anai	43
Gambar 4.11 Wisata Pantai Kawasan Mandeh	44
Gambar 4.12 Lembah Harau	44
Gambar 4.13 Jam Gadang	45
Gambar 4.14 Istana Basa Pagaruyung	46
Gambar 4.15 Masjid Raya Sumbar	46
Gambar 4.16 Tari Piring	47
Gambar 4.17 Pencak Silat	48
Gambar 4.18 Seni Musik Gendang	48
Gambar 4.19 Makan Bajamba Pebalap TdS	49
Gambar 4.20 Uda Uni peraga busana	49
Gambar 4.21 Bendera Kebesaran Minangkabau.....	51
Gambar 4.22 Gapura <i>start</i> TdS 2014	52
Gambar 4.23 banner Tour de Singkarak 2016	52
Gambar 4.24 Danau Kembar.....	54

Gambar 4.25 Lembah Harau	56
Gambar 4.26 Data Kunjungan Wisman ke Sumbar	59

DAFTAR SINGKATAN

ASO	: <i>Amaury Sport Organization</i>
ABS-BSA	: Adat Basandi Syarak-Syarak Basandi Adat
ABS-SBK	: Adat Basandi Syarak-Syarak Basandi Kitabullah
INGO	: <i>International Non-Government Organization</i>
MICE	: <i>Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition</i>
MNC	: <i>Multinational Corporation</i>
Pemda	: Pemerintah Daerah
Subnas	: Sub-nasional
TdF	: <i>Tour de France</i>
TdS	: <i>Tour de Singkarak</i>
UCI	: <i>Union Cycliste Internationale</i>
UNWTO	: <i>United Nation World Tourism Organization</i>
Wisman	: Wisatawan Mancanegara
WOM	: <i>Word of Mouth</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang cukup penting bagi negara-negara di dunia saat ini. Pasalnya, pariwisata memiliki peran yang cukup penting dalam menunjang perekonomian dan diharapkan dapat berkontribusi besar terhadap pendapatan negara. Secara umum, pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke suatu tempat dengan tujuan tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. Baik untuk berlibur, bisnis, rekreasi, kegiatan keagamaan, dan sebagainya. Sedangkan, menurut Undang-Undang tentang Kepariwisataan nomor 10 tahun 2009, Pariwisata adalah segala macam bentuk kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan Pemerintah Daerah (JDIH Kemenkeu).

Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata telah berkembang dengan cukup pesat. Hal ini terlihat dari pariwisata yang terus memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. Berdasarkan data *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) sejak tahun 2010 hingga 2019, perjalanan turisme dunia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Di samping itu, perkembangan pariwisata saat ini juga dipercepat oleh proses globalisasi, yang menyebabkan keterhubungan antar bangsa, antar bidang dan antar individu di seluruh dunia. Globalisasi yang hadir sebagai konsekuensi dari kemajuan teknologi yang begitu pesat, mempermudah akses informasi dan transaksi. Sehingga menjadi salah satu faktor yang berperan dalam perkembangan pariwisata dunia.

Seiring dengan perkembangan pariwisata dunia, banyak negara yang mengembangkan industri pariwisatanya dan berlomba-lomba untuk menarik wisatawan sebanyak-banyaknya dengan berbagai cara. Bahkan hal tersebut bukan hanya dilakukan oleh negara saja. Tetapi juga banyak dilakukan oleh sub nasional (subnas) untuk memajukan pariwisatanya, salah satunya adalah Sumatra Barat (Sumbar). Sumbar sendiri merupakan salah satu provinsi yang terletak di Pulau Sumatra Indonesia yang memiliki 19 Kabupaten/Kota dengan luas daerah keseluruhan 42.012 km². Memiliki kondisi geografis yang cukup strategis, menjadikan Sumbar sebagai salah satu daerah yang kaya akan destinasi wisata alam. Di samping itu, Sumbar juga memiliki wisata budaya dan kuliner, seperti rumah adat, tari tradisional, kain tenun, pacu jawi (karapan sapi), dan rendang sebagai salah satu kuliner Sumbar yang sangat populer. Terletak di Pesisir Barat bagian tengah Pulau Sumatra dan memiliki dataran rendah di Pantai Barat, serta dataran tinggi vulkanik yang dibentuk oleh Bukit Barisan membuat Sumbar memiliki wisata alam yang bisa dikatakan cukup komplit (Anggun, 2016).

Objek wisata tersebut, diantaranya adalah gunung, pantai, danau, air terjun dan lembah. Memiliki objek wisata alam yang nyaris lengkap membuat Sumbar mempunyai potensi di bidang pariwisata yang sangat penting untuk dikembangkan. Objek wisata alam tersebut terbagi di berbagai kabupaten provinsi Sumbar. Pada tahun 2012 Dinas Pariwisata Seni dan Budaya (Dispar) Sumbar menetapkan 10 Destinasi utama pariwisata Sumbar, yaitu antara lain; Istana Pagaruyuang, Pantai Air Manis, Wisata Tambang Batu Bara Ombilin, Kawasan Mande, Danau Kembar, Lembah Harau, Danau Maninjau, Teluk Kultural, dan Ulakan Tapakis (Pahlawan, 2015, p. 8). Kemudian pada tahun 2013, Sumbar juga menggelar ajang internasional, yaitu *Mentawai International Pro Surf Competition*.

Namun jauh sebelum itu, terdapat satu hal yang menarik, Sumbar menggelar *event* bertaraf internasional untuk pertama kalinya di tahun 2009, yaitu Tour de Singkarak (TdS). Pada kala itu, TdS adalah satu-satunya *event* balap sepeda marathon bertaraf internasional pertama di Indonesia. Dalam hal ini Sumbar berusaha melakukan promosi potensi pariwisatanya dengan membuat konsumen pariwisata datang langsung melalui *event* internasional. Di samping itu, melalui

event ini, Sumbar juga berusaha mendatangkan media dari berbagai negara. Bukan hanya untuk meliput balapan para atlet, tetapi juga lingkungan alam indah yang dilalui para peserta (Susanti, 2015, pp. 39-40)

Tour de Singkarak sendiri merupakan kejuaraan balap sepeda marathon jarak jauh untuk pebalap sepeda jalan raya profesional yang diadakan selama kurang lebih 10 hari yang terdiri dari beberapa etape dengan berbagai variasi topografi untuk masing-masing etape. Seperti, etape rute datar, etape rute berbukit dan etape rute pegunungan. TdS pertama kali diselenggarakan pada tahun 2009 atas kerja sama antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatra Barat (Dispar Sumbar), Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia (Kemenpar Indonesia), *Union Cycliste Internationale* (UCI), dan *Amaury Sport Organization* (ASO) (Aziz, 2018). UCI sendiri merupakan induk olahraga sepeda dunia yang memayungi dan mengawasi kegiatan seluruh kompetisi sepeda internasional serta mengeluarkan daftar peringkat dunia untuk racer individu, team juga negara. Sedangkan ASO merupakan sebuah perusahaan yang mengelola dan menyelenggara olahraga internasional. Salah dua olahraga internasional yang dikelola oleh ASO adalah Tour de France dan Paris Marathon (Pahlawan, 2015, p. 15)

Pada perhelatan perdananya, ajang TdS ini diikuti oleh 25 tim dari 15 negara dengan 125 pebalap. Menempuh jarak 459 kilometer dalam empat etape, yang diawali etape *criterium* atau *team trial* sejauh 4,4 kilometer di Pantai Padang (Islamy, 2021). Adapun ke-empat etape itu adalah; Padang-Bukittinggi sepanjang 92,3 km, Bukittinggi-Sawahlunto sepanjang 85,1 km, Sawahlunto-Danau Singkarak sepanjang 90,2 km, dan Danau Singkarak-Danau Kembar-Danau Singkarak sepanjang 188 km (tempo.co, 2009). Pada perhelatan perdana ini, hanya terdapat 4 daerah atau kabupaten yang ikut andil dalam pagelaran TdS, yaitu Padang, Bukittinggi, Sawahlunto dan Solok. Penjenamaan Tour de Singkarak sendiri diambil dari salah satu danau yang ada di Sumbar, yaitu Danau Singkarak yang terbentang dari Kabupaten Solok hingga Kabupaten Tanah Datar. Danau Singkarak merupakan danau kedua terluas di Pulau Sumatra, setelah Danau Toba di Sumatra Utara.

Menunjukkan hasil yang cukup positif, TdS Kembali diadakan pada tahun berikutnya, dengan jumlah peserta yang bertambah dan daerah yang ikut juga bertambah serta jarak yang ditempuh peserta juga bertambah. Di samping itu ajang TdS ini juga secara resmi masuk ke kalender UCI, yang akan diselenggarakan tiap tahun. Pada tiap tahunnya, kejuaraan ini diikuti oleh lebih dari 10 negara dengan rute yang melewati beberapa tempat wisata di Sumbar, seperti Sawahlunto, Lembah Harau, Danau Maninjau, Istana Pagaruyuang, dan lainnya (Susanti, 2015, p. 39). Dan seiring perkembangannya, rute yang dilalui setiap tahunnya umumnya selalu bertambah dan jumlah peserta yang ikut berpartisipasi bersifat fluktuatif. Dengan adanya kegiatan ini, di tahun 2009, tercatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Sumbar mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Melalui penelitian ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai paradiplomasi pariwisata Sumbar melalui *event* Tour de Singkarak.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam beberapa waktu terakhir, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang diunggulkan dan terus diupayakan pengembangannya. Hal ini karena pariwisata dianggap mempunyai peran penting sebagai mesin penggerak ekonomi dan untuk pembangunan nasional. Bukan hanya menjadi sektor penting secara nasional, pariwisata juga menjadi sektor penting bagi beberapa daerah yang memiliki potensi wisata, salah satunya bagi Sumbar. Untuk memajukan sektor pariwisatanya, Sumbar melakukan beberapa upaya, salah satunya adalah dengan mengadakan *event* Tour de Singkarak. Pada tahun 2009, Pemerintah Sumbar dan Kemenpar Indonesia resmi menyelenggarakan *event* balap sepeda maraton skala internasional, yang dinamakan *Tour de Singkarak*. Pada saat itu, Sumbar adalah daerah pertama yang mengadakan *event* balap sepeda kelas dunia dan bahkan *event* TdS menjadi ajang tahunan. Untuk itu, peneliti ingin melihat ***Bagaimana paradiplomasi pariwisata Sumatra Barat melalui event Tour de Singkarak?***

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menjelaskan Pariwisata dan Sumatra Barat
2. Menjelaskan *Event Tour de Singkarak*
3. Menjelaskan Paradiplomasi Pariwisata Sumatra Barat melalui *event Tour de Singkarak*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua hal, yaitu:

1. Kegunaan teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan informasi mengenai *event Tour de Singkarak* sebagai ajang tahunan yang diadakan oleh Pemerintah Sumbar dan dapat berkontribusi dalam kajian akademik terkhususnya terkait paradiplomasi.
2. Kegunaan Praktis
Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian evaluasi untuk Pemerintah Sumbar sendiri guna memaksimalkan upaya promosi dan menjadi bahan kajian untuk daerah lain yang ingin mengembangkan potensi wisatanya, baik dalam skala kecil maupun besar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan acuan dan referensi untuk membangun kerangka pemikiran dan menentukan penggunaan konsep serta teori yang relevan. Di samping itu, penelitian terdahulu ini dijadikan bahan pelengkap dan pembanding untuk menemukan pembeda dan menentukan posisi penelitian ini ke depannya. Dalam hal ini penulis menggunakan enam penelitian terdahulu yang dianggap relevan.

Pertama, penelitian oleh Aida Rahma Suci dan Indra Pahlawan tahun 2015, yang berjudul “*Dampak Tour De Singkarak terhadap Ekonomi Pariwisata di Indonesia (Studi Kasus: Provinsi Sumatra Barat)*”. Untuk menjelaskan hal yang diteliti, Aida dan Pahlawan menggunakan perspektif liberalisme dan globalisasi sebagai teorinya. Liberalism yang beranggapan bahwa dalam hubungan internasional negara tidak lagi menjadi aktor satu-satunya, melainkan juga dijalankan oleh serangkaian aktor. Di samping itu, globalisasi dianggap sebagai sebuah peluang yang bisa dimanfaatkan untuk pembangunan nasional. Karena dengan hadirnya globalisasi telah membuat hubungan ekonomi, social, dan budaya menjadi lebih luas dan meningkat, yang melewati batas-batas internasional.

Penelitian ini berfokus pada dampak adanya TdS terhadap perekonomian Sumbar sebagai salah satu pengembangan *MICE* (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) di Indonesia. Aida dan Pahlwan menjelaskan bahwa Sumbar merupakan salah satu daerah yang masuk kategori utama pengembangan *MICE* di Indonesia, karena dianggap memiliki potensi yang dapat mendukung pelaksanaan *MICE*. Seperti, keindahan alam, ciri khas budaya, kuliner yang unik, sejarah,

akomodasi, akses udara dan sarana parasarana yang memadai. Dalam hal ini, TdS termasuk ke dalam salah satu kegiatan *MICE* yang berbentuk *exhibition*.

Pelaksanaan TdS yang digelar pertama kali pada tahun 2009 ini, melintasi hampir seluruh tempat wisata daerah di Sumbar dan diliput oleh berbagai media, baik dari local, nasional maupun internasional. Dengan meningkatnya kunjungan wisman, peningkatan lama tinggal dan peningkatan pengeluaran wisman, TdS yang memadukan kegiatan balap sepeda dan promosi pariwisata ini, dinilai telah berhasil mempromosikan Sumbar ke kancah Internasional. Di samping itu, Aida dan Pahlawan juga menjelaskan bahwa TdS telah mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata, dengan tumbuhnya sektor perhotelan dan restoran yang meningkat, adanya perbaikan infrastruktur, tumbuhnya usaha *tour and travel*, dan usaha di bidang ekonomi lainnya (Pahlawan, 2015, p. 11).

Kedua, penelitian oleh Stephen Intyaswono dkk, tahun 2016 berjudul “*Peran Strategi City branding Kota Batu dalam Trend Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu)*”. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini berfokus pada implementasi dan dampak yang dilakukan oleh Kota Batu untuk meningkatkan kunjungan wisman melalui penerapan *city branding*. Stephen dkk, mendefinisikan *city branding* sebagai karakteristik atau identitas yang melekat pada suatu wilayah atau kota, yang direpresentasikan dengan logo, simbol atau teks (Stephen Intyaswono, 2016, p. 67). Untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian, pada jurnal ini, Stephen dkk, menggunakan teknik pengumpulan data penelitian lapangan, dengan melakukan wawancara, pengumpulan data kunjungan dan dokumentasi.

Dalam jurnal ini, dijelaskan implementasi strategi *city branding* yang dilakukan oleh Dispar Kota Batu dengan menggunakan empat strategi umum milik Kotler (2002) untuk memasarkan kota menjadi lebih menarik, melalui; pemasaran citra, pemasaran atraksi atau daya tarik, pemasaran prasarana, dan pemasaran penduduk. Dan menggunakan *city branding hexagon* Anholt (2007) untuk mengetahui dampak *city branding* dalam meningkatkan kunjungan wisman ke Banyuwangi, yang memiliki enam aspek, yaitu; *presence, place, potential, pulse, people, dan prerequisite*. Di sini, Stephen dkk, menjelaskan bahwa Pemerintah

Kota Batu telah mengimplementasikan satu dari empat strategi *city branding*, yaitu dalam aspek pemasaran penduduk, dengan membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Di samping itu, juga dijelaskan, bahwa implementasi dari *city branding* Kota Batu selama ini telah memenuhi tiga sektor, yaitu pariwisata, pertanian dan pendidikan (Stephen Intyaswono, 2016, p. 72). Sedangkan dampak dari implementasinya adalah lahirnya tempat-tempat wisata baru yang mencerminkan karakteristik dari *Shining Batu*.

Ketiga, penelitian oleh Windy Darmawan, dkk tahun 2020 yang berjudul “*Paradiplomasi Bandung Menuju Kota Wisata Halal*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan melakukan kegiatan wawancara serta studi dokumentasi dalam pengumpulan datanya. Konsep paradiplomasi, wisata halal, dan hubungan luar negeri dalam konteks *transgovernmental relations* digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Adapun fokus penelitian ini adalah terhadap analisis paradiplomasi yang dilakukan oleh Kota Bandung terhadap pengembangan wisata halal. Dijelaskan bahwa, untuk mencapai tujuan paradiplomasinya, Pemerintah Daerah (Pemda) dapat menjalankan fungsinya melalui dua cara, yaitu sebagai aktor utama ataupun sebagai aktor perantara.

Windy dkk, berpendapat bahwa, kegiatan paradiplomasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung dengan memanfaatkan potensi destinasi wisata halal yang dimilikinya merupakan suatu bentuk upaya Kota Bandung untuk meningkatkan pembangunan daerah. Dan untuk melihat dimensi aktifitas paradiplomasi yang dilakukan Kota Bandung, penulis menggunakan perspektif dari Leonard (2002) yang memiliki empat tahapan, antara lain; *introducing*, *increasing a positive appreciation*, *engaging*, dan *influencing*. Di samping itu, juga dijelaskan bahwa aktor paradiplomasi Kota Bandung bukan hanya dari pemerintah saja, tetapi juga didukung oleh akademisi, pelaku industry wisata, masyarakat, dan media. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Paradiplomasi Kota Bandung dilakukan melalui empat tahapan, yaitu; pertama, mengenalkan wisata halal kepada publik global; kedua, meningkatkan apresiasi positif mengenai wisata halal; ketiga, mempererat hubungan dengan aktor lain di luar negeri; dan keempat mempengaruhinya dengan mendatangkan kerja sama dengan aktor lain (Windy Dermawan, 2020, p. 183).

Keempat, penelitian oleh Baiq Nadia Nirwana dkk, tahun 2020 yang berjudul “*Pengaruh Acara Pariwisata Olahraga, Cita Destinasi Halal, dan Nilai yang Dirasakan terhadap Niat Berprilaku Wisatawan untuk Berkunjung Kembali, Merekomendasikan kepada Orang Lain dan Positif WOM*”. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dan menggunakan teknik *purposive sampling* yang memiliki kriteria tertentu dalam sampel penelitiannya, penelitian ini berfokus untuk mengukur besaran pengaruh *sport event tourism*, *perceived value* dan citra destinasi halal terhadap *behavioral intentions* wisatawan pada ajang Mandalika Internasional Maraton. Menurut Gibson (1998) *event sport tourism* bisa dijadikan sebagai sebuah citra untuk menarik wisatawan yang memiliki tujuan untuk bersantai atau mengikuti kompetisi.

Event sport tourism dianggap menjadi pasar di sektor pariwisata yang tumbuh dengan cepat dan bukan sesuatu yang baru. *Event* olahraga yang dikemas dengan sangat baik disebut akan menghasilkan nilai yang positif, sehingga akan diminati oleh masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 120 responden dengan rentang usia 18-35 tahun dan tidak berdomisili di daerah penyelenggaraan *Mandalika International Marathon*. Sebagian besar responden adalah orang NTB dengan menyumbang 71% dari sampel, Jawa 15%, Bali 5%, Papua 0,9%, Jakarta 3%, dan Sumatra, Sulawesi, NTT masing-masing 1,7%. Dari hasil penelitian ini, terdapat 3 dari 5 hipotesis yang dibuat peneliti tidak terbukti dan 2 lainnya dapat diterima.

Tiga yang tidak terbukti adalah; pertama, *event sport tourism* tidak memiliki pengaruh terhadap *perceived value* peserta; kedua, citra destinasi halal memiliki kontribusi rendah terhadap *behavioral intentions* wisatawan; ketiga, *perceived value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intentions* wisatawan. *Perceived value* sendiri sering kali digunakan sebagai dasar persepsi konsumen, atas manfaat yang diterima dan pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu hal. Sedangkan *behavioral intentions* pada penelitian ini merujuk pada kemungkinan seseorang untuk berkunjung kembali di masa depan, merekomendasikan tujuan kepada orang-orang terdekat dan positif *Word of Mouth* (WOM) (Baiq Nadia Nirwana, 2020, p. 84). Dan dua hipotesis yang terbukti, yaitu; pertama, semakin bagus citra destinasi halal, semakin besar pengaruh terhadap

perceived value wisatawan; kedua semakin sering *event sport tourism* dilaksanakan, semakin besar pengaruh terhadap *behavioralism intentions* wisatawan (Baiq Nadia Nirwana, 2020, p. 92).

Kelima, penelitian oleh Nur Hidayat dengan judul “*City branding Kabupaten Banyuwangi*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan mendefinisikan program *city branding* Banyuwangi melalui komponen marketing dan *branding* dalam meningkatkan *city image* Banyuwangi. Dan menetapkan fokus penelitian pada proses perancangan *city branding* dengan *tagline The Sunrise of Java* dan implikasi penetapan *city branding* dan *city marketing* Banyuwangi terhadap pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Dalam penelitiannya, Nur Hidayat menjelaskan bahwa, tujuan Banyuwangi menetapkan *tagline The Sunrise of Java* sebagai strategi *city branding*-nya adalah untuk memperkenalkan atau membuat *positioning* daerah Banyuwangi yang dulunya dikenal sebagai kota santet menjadi kota yang layak untuk dilirik oleh wisatawan, investor, *talent*, dan *trader* (Hidayat N. , 2014). Di samping itu, Nur Hidayat juga menjelaskan bahwa Banyuwangi telah melakukan strategi yang tepat dalam membranding daerahnya melalui dua tahap, yaitu perencanaan dan implementasi. Di mana tahap perencanaan terdiri dari tujuh langkah, yaitu *assasment*, *audit*, *analisis advantage*, *architecture*, *alignment* dan *articulate*. Selanjutnya, pada tahap impelmentasi terdapat empat langkah, yaitu *activation*, *adoption*, *action*, dan *afterward*.

Dalam penelitian ini, juga dijelaskan bahwa penetapan *tagline The Sunrise of Java* sebagai strategi *city branding* Banyuwangi dianggap efektif untuk memposisikan Banyuwangi menjadi lebih positif dengan prioritas di bidang pariwisata dengan mengangkat konsep *eco tourism*. Di samping itu, implementasi melalui pelaksanaan *event*, *sport* dan budaya di tempat wisata yang kemudian didukung dengan promosi melalui media cetak, televisi dan kerja sama dengan daerah lain, memberikan dampak yang cukup signifikan di bidang ekonomi dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan UMKM, serta masuknya investor.

Keenam, penelitian oleh Rika Isnarti, dkk yang berjudul “*Paradiplomasi Bukittinggi dengan Malaysia dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan wawancara mendalam. Penelitian ini berfokus pada kegiatan paradiplomasi Bukittinggi dengan Malaysia dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan Malaysia ke Bukittinggi. Pada penelitian ini, Rika Isnarti, dkk menggunakan tujuh indikator paradiplomasi menurut Alexander Sergunin dan Pertti Joenniemi untuk melihat bagaimana upaya paradiplomasi yang dilakukan Bukittinggi dapat menarik kunjungan wisatawan.

Adapun indikator tersebut adalah; pertama, membuat fondasi legal; kedua, menggunakan *treaty-making power*; ketiga, membentuk kantor representative di negara asing; keempat, menarik investasi asing dan mempromosikan proyek Bersama; kelima, membuat citra positif ke luar negeri; keenam, bekerjasama dengan organisasi internasional; dan terakhir, meningkatkan keterikatan. Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa Bukittinggi telah melakukan berbagai upaya promosi dan meningkatkan hubungan kedekatan dengan Malaysia guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Bukittinggi. Di samping itu, juga dijelaskan bahwa terdapat lima strategi utama paradiplomasi yang telah dilakukan Bukittinggi yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan Malaysia ke Bukittinggi (Rika Isnarti, 2018).

Berdasarkan keenam penelitian terdahulu di atas, yang dijadikan sebagai acuan dan referensi dalam penulisan skripsi ini, maka dapat dilihat bahwa ada perbedaan penelitian dahulu dengan penelitian yang peneliti coba jelaskan dalam skripsi ini. Adapun persamaannya terdapat pada salah satu instrumen yang digunakan, yaitu Pemda. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti. Di bawah ini, dipaparkan secara ringkas perbandingan antara tiap penelitian terdahulu, guna lebih mudah dibaca dan dipahami.

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Aida Rahma Suci & Indra Pahlawan	Stephen Intyaswono, Edy Yulianto Mukhammad & Kholid Mawardi	Windy Dermawan, Akim & Henike Primawanti	Baiq Nadia Nirwana, Sulhaini & Lalu Edy Herman Mulyono	Nur Hidayat	Rika Isnarti, Muhammad Fhadly & Poppy Irawan
Fokus penelitian	Dampak adanya TdS terhadap perekonomian Sumbar sebagai salah satu pengembangan <i>MICE</i> di Indonesia.	Implementasi dan dampak yang dilakukan oleh Kota Batu untuk meningkatkan kunjungan wisman melalui penerapan <i>city branding</i>	Paradiplomasi yang dilakukan Kota Bandung terhadap publik global dalam mengembangkan wisata halalnya.	Mengukur besaran pengaruh <i>sport event tourism</i> , <i>perceived value</i> dan citra destinasi halal terhadap <i>behavioral intentions</i> wisatawan pada ajang Mandalika Internasional Maraton.	Proses perancangan <i>city branding</i> dengan <i>tagline The Sunrise of Java</i> dan implikasi penetapan <i>city branding</i> dan <i>city marketing</i> Banyuwangi terhadap pendapatan dan kesejahteraan masyarakat	Kegiatan paradiplomasi Bukittinggi dengan Malaysia dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan Malaysia ke Bukittinggi
Teori/konsep	Globalisasi	<i>City branding</i>	Paradiplomasi, wisata halal dan <i>transgovernmental relations</i>	<i>Event sport tourism</i> , <i>perceived value</i> , <i>behavioral intentions</i> , dan pariwisata halal.	<i>City branding</i> , <i>city marketing</i> dan pencitraan kota	<i>Paradiplomasi</i>
Metode penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kuantitatif	Kualitatif	Kualitatif
Hasil	TdS mendorong pertumbuhan ekonomi bidang pariwisata dengan tumbuhnya sektor perhotelan dan restoran yang meningkat, adanya perbaikan infrastruktur, tumbuhnya	Kota Batu telah mengimplementasikan satu dari empat strategi <i>city branding</i> , yaitu dalam aspek pemasaran penduduk, dengan membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Sedangkan dampak dari	Paradiplomasi Kota Bandung dilakukan melalui empat tahapan, yaitu; pertama, mengenalkan wisata halal kepada publik global; kedua, meningkatkan apresiasi positif mengenai wisata halal; ketiga, mempererat hubungan	Terdapat 3 dari 5 hipotesis yang dibuat peneliti tidak terbukti dan 2 lainnya dapat diterima	Implementasi melalui pelaksanaan <i>event</i> , <i>sport</i> dan budaya di tempat wisata memberikan dampak yang cukup signifikan di bidang ekonomi dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan	Bukittinggi telah melakukan berbagai upaya promosi dan meningkatkan hubungan kedekatan dengan Malaysia guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Bukittinggi. Dan terdapat lima strategi utama

	usaha <i>tour and travel</i> , dan usaha dibidang ekonomi lainnya.	implementasinya adalah lahirnya tempat wisata baru yang mencerminkan karakteristik dari <i>Shining Batu</i> .	dengan aktor lain di luar negeri; dan keempat mempengaruhi dengan mendatangkan kerja sama dengan aktor lain.		UMKM, serta masuknya investor.	paradiplomasi yang telah dilakukan Bukittinggi yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan Malaysia ke Bukittinggi
--	--	---	--	--	--------------------------------	--

2.2 Landasan Penelitian

Agar dapat menjawab rumusan masalah yang telah dibuat, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan **Konsep Paradiplomasi**. Secara umum, paradiplomasi disebut sebagai keterlibatan subnas dalam urusan internasional. Paradiplomasi sendiri, masih dapat dikatakan sebagai fenomena baru dalam kajian hubungan internasional. Fenomena paradiplomasi awalnya berkembang di negara-negara bagian Eropa, namun saat ini, dengan intensitas yang berbeda telah menjadi gejala umum di tengah interaksi transnasional masyarakat dunia (Mukti, 2015, p. 86). Istilah paradiplomasi disebut pertama kali diciptakan pada awal tahun 1980-an oleh Ivo Duchacek dan rekannya Panyotis Soldatos. Hal itu tidaklah sepenuhnya benar. Pada tahun 1961, Rohan Butler sudah melakukan upaya pertama untuk memasukkan istilah paradiplomasi dalam literatur ilmu sosial, ketika ia menerbitkan monografi kolektifnya, yang berjudul *Studies in Diplomatic History and Historiography*, dengan salah satu babnya berjudul *Paradiplomacy*.

Rohan Butler mendefinisikan paradiplomasi sebagai diplomasi pribadi dan parallel tingkat tertinggi untuk melengkapi atau bersaing dengan kebijakan luar negeri reguler dari Menteri yang bersangkutan, yang menjadi godaan bagi kepala eksekutif baik Perdana Menteri atau Presiden, Diktator atau Raja (Kuznetsov, 2015, p. 26). Akan tetapi istilah paradiplomasi Butler tersebut tidak mendapat sirkulasi di kalangan ilmuwan politk. Kemudian pada tahun 1980-an menjadi awal munculnya kembali gagasan paradiplomasi sebagai sebuah konsep yang mengartikan keterlibatan Pemda atau subnas dalam hubungan internasional. Alexander S. Kuznetsov, mendefinisikan paradiplomasi sebagai bentuk komunikasi politik Pemda dengan pemerintah asing atau aktor non-pemerintah untuk mencapai

kepentingan ekonomi, budaya, politik atau jenis manfaat lainnya (Kuznetsov, 2015, pp. 30-31).

Sementara, Takdir Ali Mukti, dalam bukunya yang berjudul *Paradiplomacy Kerja Sama Luar Negeri oleh Pemerintah Daerah di Indonesia* tahun 2003, mengatakan bahwa, paradiplomasi mengacu pada perilaku dan kapasitas *sub-state* untuk melakukan hubungan luar negeri dengan pihak asing dalam rangka mencapai kepentingan tertentu (Mukti, 2013, p. 37). Secara sederhana paradiplomasi dapat diartikan sebagai terlibatnya aktor *non-state* dalam ranah internasional untuk mencapai kepentingannya. Fenomena paradiplomasi yang saat ini terus berkembang dan menyebar ke seluruh dunia, bukan tanpa sebab. Menurut Kuznetsov, maraknya fenomena paradiplomasi dapat disebabkan oleh beberapa hal, yang dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu eksternal atau universal, dan internal atau domestic

Faktor-faktor yang bersifat universal dianggap dapat mendorong percepatan paradiplomasi di Kawasan tertentu sebagai bagian dari beberapa kecenderungan universal, sesuai dengan tahap perkembangan global kontemporer. Adapun faktor-faktor yang tergolong dalam eksternal atau universal, antara lain; globalisasi, regionalisasi, demokratisasi, domestikasi politik luar negeri dan internalisasi politik domestik. Sementara faktor yang bersifat internal atau domestik lahir dari masalah politik, sejarah, budaya, ekonomi, atau masalah lain yang spesifik yang terlokalisasi di wilayah tertentu yang mendorong Pemda untuk pergi ke luar negeri. Faktor tersebut antara lain; federasi atau desentralisasi, masalah pembangunan, kurang efektifnya pemerintah pusat dalam hubungan luar negeri, asimetri unit konstituen, stimulus luar, peran pemimpin daerah atau partai politik dan peran perbatasan. (Kuznetsov, 2015, p. 102).

Di samping itu, dalam bukunya yang berjudul *Theory of Paradiplomacy: Subnational Governments in International Affairs* tahun 2015, Kuznetsov juga menjelaskan terdapat empat motif utama mengapa subnas terlibat dalam hubungan internasional, yaitu:

1. Motivasi ekonomi

Hal ini berkaitan dengan keinginan pemda untuk memperoleh manfaat maksimal dari lingkungan pasar liberal dunia melalui interaksi dengan aktor asing.

2. Faktor budaya atau Bahasa

Dalam hal ini, umumnya subnas akan cenderung melakukan kegiatan paradiplomasi dengan subnas asing yang memiliki identitas budaya dan Bahasa yang serupa.

3. Tujuan politik

Dalam hal ini, tujuan subnas melakukan kegiatan paradiplomasi terbagai menjadi dua. Pertama, subnas yang ingin memisahkan diri dari negaranya dengan tujuan untuk memperoleh status kenegaraan sendiri atau mendapatkan status otonomi yang tinggi. Kedua, subnas yang tampil secara politik di kancah internasional hanya sebagai penggerak pembangunan. Seperti provinsi Saskatchewan (Kanada) yang menandatangani perjanjian dengan republic Namibia, untuk bekerja sama memperkuat demokrasi di negara Afrika.

4. Lintas batas negara

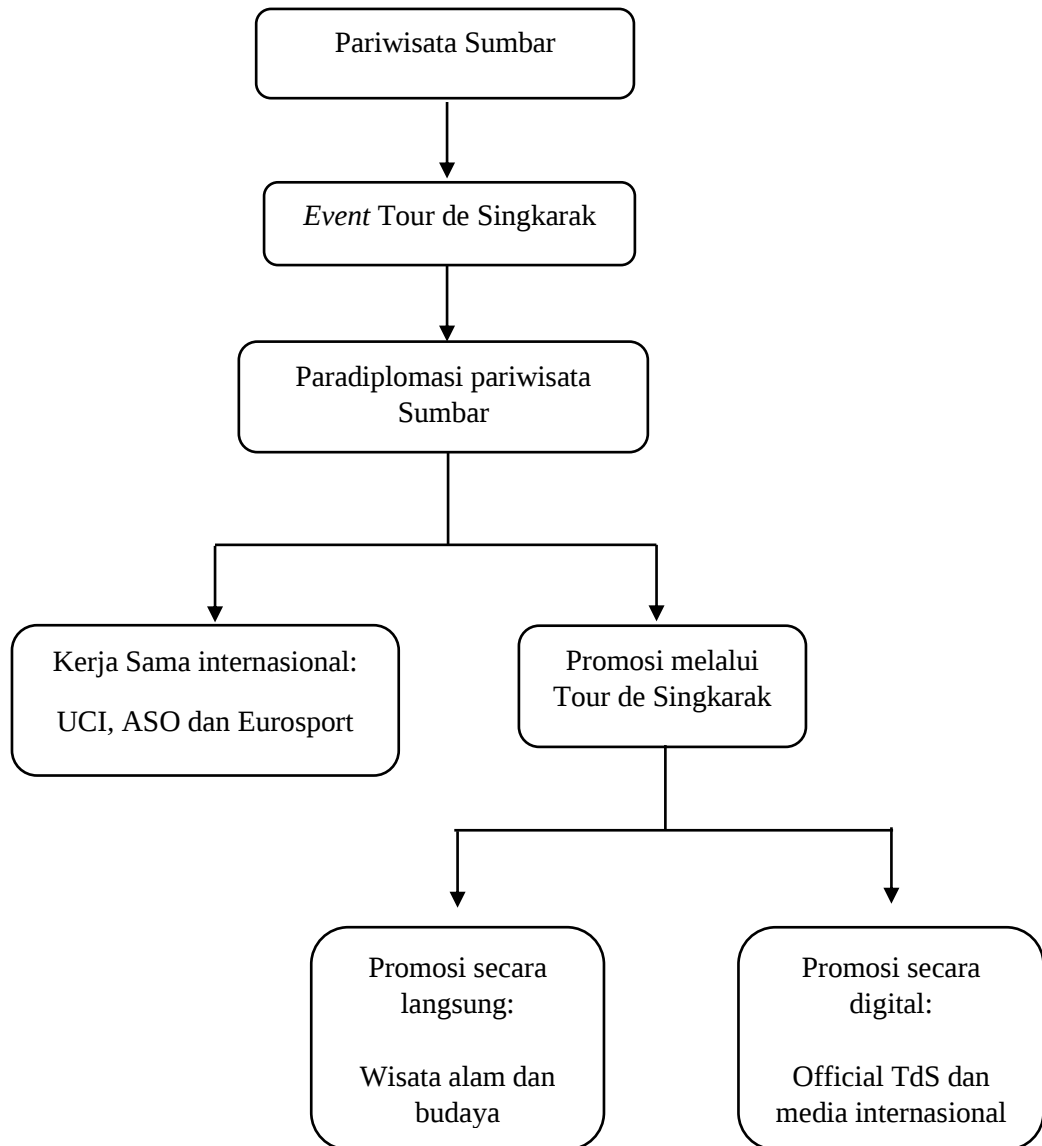
Dalam hal ini, paradiplomasi lintas batas seringkali dapat menjadi solusi paling efektif untuk tantangan-tantangan yang bersifat ekologis, bagi kedua subnas yang bersebelahan tapi berbeda negara.

Mengacu pada beberapa definisi paradiplomasi di atas, terutama menurut Kuznetsov dan empat motif utama mengapa subnas terlibat dalam hubungan internasional, maka penggunaan konsep paradiplomasi dianggap relevan untuk melihat urgensi mengapa pemerintah Sumbar mengadakan *event* TdS dan sekaligus untuk membantu peneliti menjawab pertanyaan penelitian.

2.3 Kerangka Pemikiran

Guna mendapatkan hasil penelitian yang baik dan tetap *on the track*, peneliti telah membuat kerangka pikir atas isu yang saat ini diteliti. Gagasan dalam kerangka pikir ini, dimulai dengan potensi yang dimiliki oleh Sumbar dalam bidang

pariwisata, yaitu wisata alam, budaya dan kuliner. Dengan potensi yang dimiliki tersebut, Sumbar ingin memaksimalkan kunjungan wisatawan untuk datang berwisata ke daerahnya, baik wisatawan domestik maupun internasional. Untuk mengembangkan potensi pariwisatanya, Sumbar berupaya mempromosikan pariwisatanya ke dunia melalui event TdS. Seiring dengan hadirnya globalisasi, yang membuat kaburnya batas-batas antar negara, juga muncul fenomena kerja sama internasional yang bukan berpusat pada aktor negara saja. Tetapi aktor non negara juga telah ikut berperan di dalamnya. Seperti, subnas, *Multinational Corporation* (MNC), *International Non-Government Organization* (INGO), dan individu. Dengan adanya event TdS ini, membuat Pemda Sumbar terlibat dalam urusan internasional, yaitu dengan menjalin kerja sama internasional, bersama UCI, ASO dan Eurosport. Di bawah ini, telah disusun kerangka pikir berdasarkan uraian tersebut.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam menulis penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka, dan dibantu dengan dokumentasi. Menurut Moelong, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tertentu secara keseluruhan yang kemudian dideskripsikan dalam bentuk teks dan merujuk pada berbagai metode ilmiah (Moelong, 2004, p. 6). Umumnya penelitian kualitatif mempunyai landasan teori yang dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan data lapangan (Jonata, 2022, p. 85). Berangkat dari definisi tersebut, pendekatan kualitatif dianggap relevan untuk menjelaskan paradiplomasi pariwisata Sumbar melalui *event* internasional Tour de Singkarak (TdS). Dan peneliti menggunakan konsep paradiplomasi untuk melihat poin-poin pembangun paradiplomasi dalam pengadaan event TdS. Sehingga pada penelitian ini, peneliti menyajikan pemaparan terkait pariwisata Sumbar, pelaksanaan TdS dari tahun ke tahun, dan kegiatan paradiplomasi Sumbar

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi Paradiplomasi pariwisata Sumbar melalui *event* internasional Tour de Singkarak (TdS) dari awal dilaksanakannya hingga kini. Untuk mempermudah proses penelitian dan membuat penelitian menjadi lebih terarah, maka penulis memusatkan fokus penelitian pada, industri pariwisata Sumbar, *event* TdS dan penggunaan teori paradiplomasi sebagai alat analisis untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian. Di sini peneliti telah mengumpulkan data yang berkaitan dengan tour de singkarak, sejak awal

diselenggarakan kegiatan tersebut. Agar dapat membantu peneliti menganalisis dengan baik, karena akan memperoleh data yang cukup banyak.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan jenis data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber. Seperti e-book, jurnal, artikel, laporan, dokumen, media sosial dan website yang berkaitan dengan penelitian. Adapun e-book utama yang digunakan dalam penelitian ini berjudul *Theory and Practice of Paradiplomacy: Subnational Governments in International Affairs* karya Alexander S. Kuznetsov. Serta beberapa e-book lainnya yang dapat menjadi pendukung penelitian, karya Takdir Ali Mukti, Matthew B. Miles, Laxy J Moelong, dan lain sebagainya. Di samping itu, untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Tour de Singkarak, peneliti menggunakan beberapa jurnal, dengan judul *Event Tour De Singkarak Sumatra Barat, Pemasaran dan Pariwisata yang Berkelanjutan* (Retnaningtyas Susanti), *Dampak Tour de Singkarak terhadap Ekonomi Pariwisata di Indonesia (Studi Kasus: Provinsi Sumatra Barat)* (Aida R. & Indra P.), dan lain sebagainya.

Selain itu, peneliti juga menggunakan artikel online dari Redaksi Sumbar, Kompas.com, Sindonews, Liputan6.com, Patronnews, Bisnis.com, dan lain sebagainya. Dan menggunakan beberapa website resmi antara lain; website resmi TdS, Kemenparekraf, website resmi *Union Cycliste Internationale* (UCI) dan *Amaury Sport Organization* (ASO), website Dispar Sumbar dan lain sebagainya. Terakhir, peneliti juga menggunakan media sosial Tour de Singkarak, di platform youtube, instagram, twitter, dan facebook. Adapun kekurangan dan kelemahan sumber data dalam penelitian ini adalah tidak melakukan wawancara secara langsung dengan pihak terkait, yaitu Dinas Pariwisata Sumbar ataupun panitia yang bersinggungan langsung dengan event Tour de Singkarak.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam hal ini, peneliti menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data, dengan metode studi pustaka dan studi dokumentasi yang berbasis internet. Peneliti telah menelaah beberapa sumber data yang berkaitan dengan topik penelitian dan bersifat valid serta resmi. Yang mana sumber tersebut berupa, e-book, jurnal, situs resmi, artikel, media sosial, dan dokumen-dokumen terkait. Di sini peneliti menggunakan beberapa e-book dan jurnal yang berkaitan dengan paradiplomasi. Dan hal-hal yang berkaitan dengan event TdS peneliti peroleh dari berbagai sumber di internet. Adapun cara peneliti mengumpulkan data adalah dengan cara *browsing* di internet dan mengunduh literatur terkait yang dianggap relevan.

3.5 Teknik analisis data

Untuk mempermudah proses penelitian, maka teknik analisis data menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan. Analisis data sendiri dapat diartikan sebagai sebuah proses mengklasifikasikan dan mengolah data untuk menarik kesimpulan guna memperoleh informasi dan menjawab pertanyaan penelitian (Mouw, 2022, p. 65). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga pendekatan utama analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (Matthew B. Miles, 2014, p. 31), yaitu:

1. Kondensasi data

Kondensasi atau pemadatan data adalah proses memilah-milah temuan-temuan data penelitian untuk dianalisis lebih lanjut. Pada tahap ini peneliti mengumpulkan berbagai informasi dan data mengenai pariwisata Sumbar, dan event Tour de Singkarak dari berbagai sumber data sekunder. Seperti jurnal, laporan, dokumen, dan artikel yang diperoleh dari internet. agar informasi dan data yang diperoleh oleh peneliti menjadi semakin kuat.

2. Penyajian data

Pada tahap ini, peneliti menyajikan data berdasarkan hasil temuan dan dikelompokkan berdasarkan pokok bahasan, yaitu pariwisata Sumbar dan Tour de Singkarak. hal ini dilakukan guna membantu peneliti memahami

data yang sudah diperoleh sebelumnya. Adapun data-data yang diperoleh tersebut disajikan dalam bentuk teks, gambar dan tabel.

3. Penarikan kesimpulan

Tahapan ini merupakan tahap terakhir dalam analisis data. Setelah melakukan kondensasi dan penyajian data, peneliti dapat menarik kesimpulan secara eksplisit dan lebih terukur mengenai bahasan penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Seiring dengan perkembangan pariwisata dunia, banyak negara yang mengembangkan industri pariwisatanya dan berlomba-lomba untuk menarik wisatawan sebanyak-banyaknya dengan berbagai cara. Bahkan bukan hanya negara, tetapi juga subnas, salah satunya adalah Sumbar. Untuk dapat menarik kunjungan wisatawan mancanegara dan mempromosikan pariwisatanya, Sumbar mengadakan *event* balap sepeda yang bertaraf internasional, yaitu Tour de Singkarak, yang sudah menjadi ajang tahunan. Tour de Singkarak merupakan kejuaraan balap sepeda jalan raya jarak jauh yang diadakan selama kurang lebih sepuluh hari, yang terdiri dari beberapa etape dengan berbagai variasi topografi untuk masing-masing etape. baik dengan etape rute datar ataupun berbukit. Pertama kali diselenggarakan pada 2009 atas kerja sama antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatra Barat (Dispar Sumbar), Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia (Kemenpar Indonesia), *Union Cycliste Internationale* (UCI), dan *Amaury Sport Organization* (ASO). Dari awal pelaksanaannya, 2009 hingga pelaksanaan terakhir 2019, jumlah peserta yang ikut serta selalu mengalami peningkatan dan jumlah etape umumnya juga selalu meningkat.

Dalam pengadaan *event* TdS, terdapat poin-poin yang dianggap sebagai pembangun paradiplomasi yang lahir dari terlaksananya *event* tersebut. Poin-poin tersebut adalah kerja sama dan aktivitas promosi pariwisata secara langsung dan secara digital. Adapun kerja sama yang dilakukan oleh Pemda Sumbar adalah dengan UCI, ASO dan Eurosport. Kemudian aktivitas promosi secara langsung yang dilakukan oleh Pemda Sumbar, terdapat promosi wisata alam dan wisata

budaya dan promosi tambahan yang menonjolkan ciri khas Sumbar. Dan aktivitas promosi secara digital dilakukan oleh Sumbar dan media Internasional. Aktivitas promosi secara digital dilakukan oleh Sumbar melalui 4 platform media sosial, yaitu twitter, facebook, youtube dan Instagram. Dan dari sisi promosi oleh media internasional, diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk publikasi yang dihasilkan. Pertama, yang dipublikasikan dalam bentuk artikel online. Kedua, yang dipublikasikan dalam bentuk gambar di website online. Dan terakhir, yang dipublikasikan dalam bentuk video di media platform youtube. Di samping itu juga terdapat kelebihan dan kekurangan dalam pengadaan Td Sini, kelebihanannya yaitu, mampu mempromosikan banyak wisata sekaligus dan menggunakan fasilitas yang sudah ada. Sedangkan kelemahannya adalah, jadwalnya tidak tetap. Tidak ada waktu istirahat dan promosi tidak konsisten.

Terlibatnya Sumbar dalam kegiatan paradiplomasi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu eksternal dan internal. Dari segi eksternal, dipengaruhi oleh adanya globalisasi dan demokratisasi. Sedangkan dari segi internal, dipengaruhi oleh sistem desentralisasi yang berlaku di Indonesia. Dengan ini, setiap daerah berhak mengurus daerahnya masing-masing sebaik mungkin. Dan tertuang dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah. Dari keseluruhan penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa paradiplomasi yang dilakukan oleh Sumbar masih jauh dari kata baik dan tidak maksimal. Meskipun tujuan diadakannya TdS sudah tercapai, yaitu untuk memperkenalkan Sumbar dan meningkatkan kunjungan wisman ke Sumbar. Namun, kategori tercapai dalam hal ini, tidak diukur dari banyaknya kunjungan wisman yang datang. Tapi hanya sampai pada tahap promosi dan bertambahnya kunjungan, meskipun hanya satu atau mungkin sepuluh. Karena sekali lagi tujuan diadakannya TdS adalah mempromosikan Sumbar, dan bukan memperkaya Sumbar. Dan kurang maksimalnya paradiplomasi Sumbar ini dapat dilihat dari upaya-upaya paradiplomasi yang ditunjukkan oleh Sumbar masih kurang dan sudah nyaman dengan kondisi yang ada. Di lain sisi, sebagai catatan, bahwa manusia juga penting dalam membangun paradiplomasi. Sehingga, masyarakat Sumbar yang memiliki adat dan budaya yang kental perlu beradaptasi dengan perubahan dan budaya lain yang masuk ke dalam negeri.

5.2 Saran

Menurut hasil penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada Pemerintah Sumbar sebagai pihak penyelenggara adalah:

1. Mempertimbangkan untuk memaksimalkan upaya promosi *event* melalui ASO
2. Mempertimbangkan mengenai waktu beristirahat bagi para pebalap untuk dapat bersantai dan menikmati pariwisata di Sumbar
3. Memaksimalkan upaya promosi digital dan mempertimbangkan menggaet para pebalap untuk dijadikan promotor *event* atau pariwisata Sumbar.
4. Memilih opsi lain dengan menjadikan Sumbar sebagai salah satu daerah wisata halal *tourism*, karna Sumbar cukup kental dengan agama

Di samping itu penulis juga berharap, agar peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai paradiplomasi Sumbar, dapat membahas lebih mendalam dengan melakukan kegiatan wawancara dengan pihak yang bersinggungan terutama Pemerintah Sumbar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Alfarid, d. (2022). Implikasi Penetapan Adat Basandi Syarak-Syarak Basandi Kitabullah dalam Undang-Undang Nomor 17 tahun 2022 tentang Sumatra Barat terhadap Politik Hukum Pemerintah Daerah Sumatra Barat. *Rewang Rencang*, 776-794.
- Alim, M. I. (2018). Pengaruh Event Balap Sepeda Tour de Singkarak dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Sumatera Barat Melalui Sektor Pariwisata. 55-86.
- Amaury Sport Organisation. (2024). *Media*. Retrieved from aso.fr: <https://www.aso.fr/en/our-activities/medias>
- Amaury Sport Organisation. (n.d.). *Amaury Sport Organisation, a World of Sport*. Retrieved from Amaury Sport Organisation: <https://www.aso.fr/en/our-activities/medias>
- Anggun, T. G. (2016, Desember 5). *Kebudayaan Sumatra Barat*. Retrieved September 2, 2022, from sumbarprov.go.id: <https://sumbarprov.go.id/home/news/9397-kebudayaan-sumatra-barat>
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Nation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Asril, R. F. (2022, Juli 5). *Penyelenggaraan Tour de Singkarak 2022 Kembali Ditunda*. Retrieved from Sumbarkita.id: <https://sumbarkita.id/penyelenggaraan-tour-de-singkarak-2022-kembali-ditunda/>

- Aziz, Y. (2018, Oktober 8). *Tour de France dan Tour de Singkarak*. Retrieved Maret 17, 2022, from sumbarprov.go.id: <https://sumbarprov.go.id/home/news/15674-tour-de-france-dan-tour-de-singkaraknbsp>
- Azrial, Y. (2021, Desember 26). *Falsafah Hidup Orang Minangkabau. Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah*. Retrieved from Limapuluhkota: <https://andaleh-limapuluhkotakab.desa.id/artikel/2021/12/26/falsafah-hidup-orang-minangkabau-adat-basandi-syarak-syarak-basandi-kitabullah>
- Badan Otorita Borobudur. (2023, Mei 2). *UCI (Union Cycliste Internationale/Uni Sepeda Internasional)*. Retrieved from bob kemenparekraf: <https://bob.kemenparekraf.go.id/299510-uci-union-cycliste-internationale-uni-sepeda-internasional/>
- Baiq Nadia Nirwana, S. L. (2020). Pengaruh Acara Pariwisata Olahraga, Citra Destinasi Halal, dan Nilai yang Dirasakan terhadap Niat Berprilaku Wisatawan untuk Berkunjung Kembali, Merekomendasikan kepada Orang Lain dan Positif WOM. *JMM UNRAM, Vol. 9, No. 4a*, 81-95.
- Bappeda Pemerintah Kota Semarang. (2012). *Event Proposal: Sayembara Membangun City Branding Kota Semarang*. Semarang: Bappeda Pemerintah Kota Semarang.
- Chiu, K. K.-H. (2011). Planning Process of City Brands: A Case Study of Taipei City. *Place Branding and Public Diplomacy*, 257–270.
- Darsini, P. C. (2022). *Dasar-dasar Usaha Layanan Pariwisata*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
- Detiksport. (2012, Juni 2). *Tour de Singkarak 2012, dari Sumbar untuk Dunia*. Retrieved from sport detik: <https://sport.detik.com/sport-lain/d-1931196/tour-de-singkarak-2012-dari-sumbar-untuk-dunia>
- Dispar Pesisir Selatan. (2020). *Kerangka Acuan Kerja*. Pesisir Selatan: Dispar Pesisir Selatan.

- Disparbud Sumbar. (2012, November). *The Real Wonder of West Sumatra*. 50 *Pesona Sumatra Barat*, pp. 1-35.
- Eurosport. (2008, Mei 19). *About Eurosport*. Retrieved from Eurosport: https://www.eurosport.com/all-sports/about-eurosport_sto1577596/story.shtml
- Febrinastri, F. (2019, November 4). *Ratusan Pebalap dari 25 Negara Ikut Tour de Singkarak 2019*. Retrieved from suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2019/11/04/100400/ratusan-pebalap-dari-25-negara-ikuti-tour-de-singkarak-2019?page=all>
- Felicitas, S. (2014, Juni 8). *Tour de Singkarak 2014: Jelajah 18 Kota Sumatera Barat di Atas Sepeda*. Retrieved from rbth.com: https://id.rbth.com/news/2014/06/08/tour_de_singkarak_2014_jelajah_18_kota_sumatera_barat_di_atas_sepeda_24075
- Ganika, G. (2021). Sistem Kepariwisata. In *Pengantar Pariwisata* (p. 55). Bandung: Widana Bhakti Persada Bandung.
- Halim, K. (2018, November 7). *Pebalap Sepeda Jerman Ketagihan Ikut Tour de Singkarak*. Retrieved from medcom.id: <https://www.medcom.id/olahraga/sports-lainnya/8Ky49pEk-pembalap-sepeda-jerman-ketagihan-ikut-tour-de-singkarak>
- Hendra, M. N. (2023, Juli 5). *Tour de Singkarak di Sumbar Kembali Urung Digelar*. Retrieved from Bisnis.com: <https://sumatra.bisnis.com/read/20230705/533/1672071/tour-de-singkarak-di-sumbar-kembali-urung-digelar>
- Hidayat, N. (2014). *City Branding Kabupaten Banyuwangi*. 1-87.
- Hidayat, R. (2018, November 8). *3 Hal Menarik yang Bikin Pembalap Sepeda Dunia Terkesan dengan Tour de Singkarak*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bola/read/3687496/3-hal-menarik-yang-bikin-pembalap-sepeda-dunia-terkesan-dengan-tour-de-singkarak?page=4>

- Islamy, R. (2021, November). *Secuil Sejarah Tour de Singkarak, Berawal di Kedai Kopi Kawasan Pondok*. Retrieved Juni 26, 2022, from Patronnews.co.id: <https://www.patronnews.co.id/2021/11/secuil-sejarah-tour-de-singkarak.html>
- JDIH Kemenkeu. (n.d.). *Undang-Undang Republik Indonesia tentang Kepariwisata*. Retrieved Maret 16, 2022, from <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>
- Jonata. (2022). Jenis-jenis Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (pp. 81-93). Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Kavaratzis, M. (2004). From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands. *Place Branding*, Vol. 1, 1., 58-73.
- Kemenparekraf. (2017). *Laporan Kunjungan Wisatawan Mancanegara*.
- Kincai, R. D. (2019, November 2). *Pembukaan Tour de Singkarak di Pantai Gondorah Pariaman Sukses*. Retrieved from portalberitaeditor.com: <https://www.portalberitaeditor.com/pembukaan-tour-de-singkarak-di-pantai-gondorah-pariaman-sukses/>
- Ksmtour. (n.d.). *Lembah Harau Wisata Alam yang Dikelilingi Tebing yang Megah*. Retrieved September 5, 2022, from <https://ksmtour.com/informasi/tempat-wisata/sumatera-barat/lembah-harau-wisata-alam-kelilingi-tebing-yang-megah.html>
- Kumaat, D. T. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Manado: Politeknik Negeri Manado.
- Kuznetsov, A. S. (2015). *Theory and Practice of Paradiplomacy: Subnational Governments in International Affairs*. New York: Routledge.
- Lecours, A. (2008). Political Issues of Paradiplomacy: Lessons from the Developed World. *Discussion Papers in Diplomacy*, 1-18.
- Masgumelar, N. K. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga. In *Konsep*

Landasan Teori, Hipotesis, Macam-Macam Hipotesis, Pengujian Hipotesis, Asumsi dan Macam-Macam Penelitian (pp. 36-45). Malang: Universitas Negeri Malang.

Masrohatun. (2018). Implementasi Kebijakan Kerjasama Luar Negeri Sister Province di Provinsi Jawa Tengah. *SAWALA, Vol 6 No 1*, 49-62.

Matthew B. Miles, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. United States of America : SAGE Publications, Inc.

Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: palgrave macmillan.

Memim Ensiclopedia. (2023). *Amaury Sport Organisation*. Retrieved from Memim.com: <https://memim.com/amaury-sport-organisation.html>

Moelong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mouw, E. (2022). Teknik Analisis dalam Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (pp. 64-79). Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Mukti, T. A. (2013). *Paradiplomacy Kerja Sama Luar Negeri oleh Pemda di Indonesia*. Yogyakarta: The Phinisi Press.

Mukti, T. A. (2015). Paradiplomacy: Bangkitnya Aktor Lokal di Fora Internasional. *The Politics, Vol. 1 No. 1*, 85-94.

Nella, B. F. (2023, Februari 15). *Mengenal Makna Simbolis Bendera Kebesaran Minangkabau*. Retrieved from [infosumbar.net: https://infosumbar.net/artikel/mengenal-makna-simbolis-bendera-kebesaran-minangkabau/](https://infosumbar.net/artikel/mengenal-makna-simbolis-bendera-kebesaran-minangkabau/)

Newswire. (2017, Maret 14). *Balap Sepeda Tour d'Indonesia Bakal Naik Level*. Retrieved from [Bisnis.com: https://sport.bisnis.com/read/20170314/59/636998/balap-sepeda-tour-dindonesia-bakal-naik-level](https://sport.bisnis.com/read/20170314/59/636998/balap-sepeda-tour-dindonesia-bakal-naik-level)

- Pahlawan, A. R. (2015). Dampak Tour de Singkarak terhadap Ekonomi Pariwisata di Indonesia (Studi Kasus: Provinsi Sumatra Barat). *JOM FISIP*, Vol. 2 No. 2, 1-15.
- Pahlawan, A. R. (2015). Dampak Tour de Singkarak terhadap Ekonomi Pariwisata di Indonesia (Studi Kasus: Provinsi Sumatra Barat). *JOM FISIP*, Vol. 2 No. 2, 1-15.
- Pasbana. (2022, April 3). *Makan Marawa dalam Masyarakat Minangkabau*. Retrieved from pasbana.com: <https://www.pasbana.com/2022/04/makna-marawa-dalam-masyarakat-minangkabau.html>
- Redaksi Sumbar. (2017, November 27). *TdS 2017 Berakhir, Pembalap Perpanjang Dominasinya di Tour de Singkarak*. Retrieved from sumbar.kabardaerah.com: <https://sumbar.kabardaerah.com/2017/11/tds-2017-berakhir-pembalap-iran-perpanjang-dominasinya-di-tour-de-singkarak/>
- Revan. (2009, April 2023). *Tour de Singkarak 2009*. Retrieved from Darevan.wordpress.com: <https://darevan.wordpress.com/2009/04/23/tour-de-singkarak-2009/>
- Riadi, M. (2022, September 26). *City Branding*. Retrieved from Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2022/09/city-branding.html>
- Rika Isnarti, M. F. (2018). Paradiplomasi Kota Bukittinggi dengan Malaysia dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata. *MANDALA*, Vol.1No. 2, 266-281.
- Rinaldi, I. (2012, Juni 4). *ASO Kelola Tour de Singkarak*. Retrieved from Travel Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2012/04/24/22261847/~Olahraga~Others>
- Riza, B. (2017, Juni 11). *Tour de Singkarak 2017, Start di Tanah Datar, Finish Bukittinggi*. Retrieved from Nasional tempo.co: <https://sport.tempo.co/read/169911/balap-sepeda-14-tim-akan-ikut-tour-de-singkarak-2009>

- Samad, S. d. (2002). *Adat Basandi Syarak: Norma dan Penerapannya*. Jakarta: TMF Press.
- Shasya. (2017, Mei 1). *Talamau, Gunung dengan Telaga Terbanyak di Indonesia*. Retrieved September 2, 2022, from [travelingyuk.com: https://travelingyuk.com/gunung-talamau/38566/](https://travelingyuk.com/gunung-talamau/38566/)
- Sindonews. (2012, Juni 4). *18 Negara Ikut Tour de Singkarak hari ini*. Retrieved from Sport Sindonews: <https://sports.sindonews.com/berita/640818/10/18-negara-ikuti-tour-de-singkarak-hari-ini>
- Stephen Intyaswono, E. Y. (2016). Peran Strategi City Branding Kota Batu dalam Trend Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu). *JAB, Vol. 30 No. 1*, 65-73.
- Sumbarprov. (2015, September 28). *Rute Tour de Singkarak (TDS) 2015 Nama Jalan & Daerah*. Retrieved from [Sumbarprov.go.id: https://sumbarprov.go.id/home/news/5735-rute-tour-de-singkarak-tds-2015-nama-jalan-daerah](https://sumbarprov.go.id/home/news/5735-rute-tour-de-singkarak-tds-2015-nama-jalan-daerah)
- Susanti, R. (2015). Event Tour De Singkarak Sumatera Barat, Pemasaran dan Pariwisata yang Berkelanjutan. *Menara Ekonomi, Vol. 1 No.2*, 38-46.
- tempo.co. (2009, April 12). *Balap Sepeda: 14 Tim Akan Ikut Tour de Singkarak 2009*. Retrieved Juni 29, 2022, from [tempo.co: https://sport.tempo.co/read/169911/balap-sepeda-14-tim-akan-ikut-tour-de-singkarak-2009](https://sport.tempo.co/read/169911/balap-sepeda-14-tim-akan-ikut-tour-de-singkarak-2009)
- UCI. (2017). *2017 Annual Report*. Paris: Union Cycliste Internationale.
- UCI. (2021). *Organiser's Guide to Road Events*. Paris: Union Cycliste Internationale.
- Union Cycliste Internationale. (2023). *Term and Condition*. Retrieved from [uci.org: https://www.uci.org/terms-and-conditions/5TXuZIQvtkSJH1nYwf94FY](https://www.uci.org/terms-and-conditions/5TXuZIQvtkSJH1nYwf94FY)
- Victoria, A. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga. In *Jenis Data, Variabel*

Penelitian, Definisi Istilah, Definisi Operasional dan Indikator (pp. 25-35).
Malang: Universitas Negeri Malang.

Warisan Budaya Takbenda Indonesia. (2022, Januari 25). *Makan Bajamba Nagari Jawi-Jawi*. Retrieved from [warisanbudaya.kemdikbud.go.id: https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=2698](https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=2698)

Widyaningrat, A. L. (n.d.). Konsep City Branding sebuah Pendekatan "The City Brand Hexagon" pada Pembentukan Identitas Kota. *Sinergitas Quadruple Helix*, 315-323.

Windy Dermawan, A. H. (2020). Paradiplomasi Bandung Menuju Kota Wisata Halal. *Indonesia Perspective*, Vol. 5, No. 2 , 183-200.