

PERAN DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA BANYUWANGI PADA PENYELENGGARAAN FESTIVAL GANDRUNG SEWU SEBAGAI DAYA TARIK WISATA

**Valida Mutiara Sukma
Sunarti**
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
Email: validamutiara@gmail.com

ABSTRACT

Festival gandrung sewu is an annual festival which is classified as a big event in Banyuwangi because it involves 1000 participants more as gandrung dancers. Festival gandrung sewu is a medium to attract tourists to visit Banyuwangi. Banyuwangi Culture and Tourism Office is the organizer of the event. The purpose of this research to determine the role of Banyuwangi Culture and Tourism Office in organizing and promoting gandrung sewu festival and know the tourist attraction generated from the gandrung sewu festival. The research method used is qualitative descriptive with data collection technique through interview, observation and documentation. The results of this research are Banyuwangi Culture and Tourism Office acts as a motivator, facilitator, and dynamicator, in which the three roles have been well implemented. Banyuwangi Culture and Tourism Office in promoting the festival of gandrung sewu implements a promotion mix consisting of advertising, direct selling, public relations, and personal selling. The tourist attraction includes good themes, packaging and choreography, contains educational elements, located on the Beach, and only exist in Banyuwangi.

Keywords: Gandrung Sewu Festival, Role of Banyuwangi Culture and Tourism Office, Promotion, Tourism Attractions

ABSTRAK

Festival gandrung sewu merupakan festival tahunan yang tergolong *event* besar di Banyuwangi karena melibatkan peserta yang berjumlah 1000 lebih sebagai penari gandrung. Festival gandrung sewu merupakan media untuk menarik wisatawan berkunjung ke Banyuwangi. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi adalah pihak penyelenggara *event* tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dalam penyelenggaraan dan promosi festival gandrung sewu serta mengetahui daya tarik wisata yang ditimbulkan dari festival gandrung sewu. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitiannya adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berperan sebagai motivator, fasilitator, dan dinamisator, dimana ketiga peran tersebut sudah dilaksanakan dengan baik. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan festival gandrung sewu menerapkan bauran promosi yang terdiri dari iklan, penjualan langsung, hubungan masyarakat, dan penjualan perseorangan. Daya tarik wisata yang ditimbulkan meliputi tema, packaging dan koreografi yang bagus, mengandung unsur edukasi, lokasi di Pantai, dan hanya ada di Banyuwangi.

Kata Kunci: Festival Gandrung Sewu, Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Promosi, Daya Tarik Wisata

PENDAHULUAN

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah yang pertumbuhan Pariwisatanya berkembang cukup pesat dibandingkan dengan daerah-daerah lain di Indonesia. Potensi pariwisata baik alam maupun budaya mulai dikembangkan dengan baik sejak periode pertama kepemimpinan Bupati Abdullah Azwar Anas sejak tahun 2010 dengan program pemerintah yang fokus mengembangkan kepariwisataan di Banyuwangi. Strategi pengembangan potensi pariwisata Banyuwangi diwujudkan dalam sebuah rangkaian festival tahunan yang disebut dengan Kalender Banyuwangi Festival (B-Fest).

Menurut Goldbatt (2002:11) festival adalah bentuk *event* yang bertujuan lebih untuk memberikan hiburan bagi *audience*, baik bentuk kesenian, budaya, permainan maupun penjualan produk. Banyuwangi Festival adalah serangkaian *event* yang diselenggarakan oleh pemerintah dengan mengangkat potensi alam dan budaya Banyuwangi dalam bentuk festival dengan melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah yang bertujuan untuk promosi pariwisata dan menarik minat wisatawan untuk datang ke Banyuwangi. Kalender Banyuwangi Festival sejak tahun 2012 selalu didominasi oleh festival budaya.

Festival Gandrung Sewu merupakan salah satu dari beberapa festival budaya yang selalu ada setiap tahun. Gandrung adalah sebuah kesenian asli suku Using dari Banyuwangi berupa tarian dan nyanyian yang diiringi musik perpaduan Jawa-Bali dan dalam pertunjukannya dibagi dalam tiga fase, yaitu *Jejer*, *Paju* dan *Seblang-Seblangan*. Tari gandrung merupakan kesenian tertua di Banyuwangi, yaitu sejak tahun 1774.

Tari gandrung Banyuwangi mengalami berbagai perkembangan dari masa ke masa, perkembangan tersebut meliputi dari segi penari, gerak tari, iringan musik, nyanyian dan juga tujuannya (Raharjo, 2016:8). Perubahan dari segi penari, awalnya gandrung dibawakan oleh penari laki-laki kini dominan ditarikan oleh perempuan, jumlah penari yang awalnya hanya 4-5 orang kini bahkan ditarikan oleh 1000 penari. Dari segi gerak tari, musik, nyanyian dan tujuan dipengaruhi oleh faktor perkembangan budaya luar yang masuk ke Banyuwangi dan juga faktor-faktor kepentingan. Perkembangan dari kesenian tari gandrung ini menunjukkan bahwa tari gandrung mengalami dinamika dari masa ke masa.

Tari gandrung selain sebagai kesenian asli suku Using, pada 31 Desember 2002 juga dijadikan maskot Kabupaten Banyuwangi sesuai

dengan SK Bupati No. 173 Tahun 2002. Pada tahun 2013 melalui SK Bupati nomor 147, tari Gandrung juga ditetapkan sebagai tarian selamat datang atau tari pembuka. Tahun 2013 Gandrung juga dinobatkan sebagai “Warisan Budaya Tak Benda” oleh Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. Gandrung juga pernah diajarkan di sekolah-sekolah sebagai ekstrakurikuler wajib. Kesenian tari gandrung begitu mandarah daging bagi masyarakat Banyuwangi, tari gandrung selalu ada pada setiap acara yang diselenggarakan di Banyuwangi, pada upacara-upacara penting, ritual, penyambutan tamu, karnaval budaya, acara pernikahan, pertunjukan seni dan lain sebagainya.

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi melihat potensi besar dari kesenian tari Gandrung. Pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berupaya untuk mengemas kesenian tari gandrung sebagai media untuk menarik wisatawan datang ke Banyuwangi, hingga muncul sebuah konsep yaitu menyajikan tarian gandrung ini secara massal, yang disebut sebagai “Gandrung Sewu” yang artinya seribu gandrung. Selain sebagai sarana menarik wisatawan, gandrung sewu juga membawa misi besar yaitu menumbuhkan kecintaan masyarakat Banyuwangi terhadap seni dan budaya daerahnya.

Pagelaran kolosal festival gandrung sewu merupakan salah satu *event* besar diantara festival lain di kalender Banyuwangi Festival. Disebut sebagai *event* besar karena melibatkan seribu bahkan lebih penari gandrung, selain itu juga karena festival gandrung sewu menjadi *event* unggulan. Berikut adalah data Festival Gandrung Sewu tahun 2012-2016.

Tabel 1.
Data Festival Gandrung Sewu

Tahun	Tanggal	Tema	Jumlah Peserta
2012	17 November	Jejer Gandrung	1.044
2013	23 November	Paju Gandrung	2.106
2014	29 November	Seblang Subuh	1.300
2015	26 September	Podo Nonton	1.208
2016	17 September	Seblang Lukinto	1.300

Sumber: www.banyuwangitourism.com, (2016)

Terselenggaranya *event* besar festival gandrung sewu tentu tidak terlepas dari peran berbagai pihak dibalik layar. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai pihak

penyelenggara tentu memiliki peran besar. Upaya-upaya dalam mengemas sebuah seni yang awalnya ditarikan oleh 4 hingga 5 orang tersebut menjadi tarian massal gandrung sewu serta upaya mempromosikan *event* tersebut untuk kepentingan peningkatan daya tarik wisata di Kabupaten Bayuwangi menarik untuk diteliti. Oleh sebab itu peneliti mengambil judul “Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi pada Penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu Sebagai Daya Tarik Wisata”.

KAJIAN PUSTAKA

Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Pitana dan Gayatri (2005:95), mengemukakan pemerintah daerah memiliki peran untuk mengembangkan potensi pariwisata daerahnya sebagai:

- a. Motivator, dalam upaya pengembangan pariwisata, peran pemerintah daerah sebagai motivator diperlukan agar geliat usaha pariwisata terus berjalan. Sasaran utama yang terus diberikan motivasi adalah investor, masyarakat, serta pengusaha di bidang pariwisata.
- b. Fasilitator, sebagai fasilitator pengembangan potensi pariwisata peran pemerintah adalah menyediakan segala fasilitas yang mendukung program-program yang diselenggarakan. Adapun prakteknya pemerintah bisa mengadakan kerja sama dengan pihak swasta maupun masyarakat.
- c. Dinamisator, agar dapat berlangsung pembangunan yang ideal, maka pemerintah, swasta dan masyarakat harus dapat bersinergi dengan baik. Pemerintah daerah sebagai salah satu *stakeholder* pembangunan pariwisata memiliki peran untuk mensinergiskan pihak-pihak tersebut, agar tercipta suatu hubungan yang saling membutuhkan demi perkembangan pariwisata yang lebih baik.

Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti (1997:58) daya tarik wisata atau *tourist attraction*, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik orang untuk mengunjungi suatu tempat. Daya tarik wisata, dapat ditinjau dari dua hal yaitu daya tarik inti (*core attraction*) dan daya tarik pendukung (*support attraction*). Menurut Getz (2008:403), melalui penyelenggaraan suatu *event* sebuah kota dapat mengkomunikasikan keunikan atau kekehasan yang dimiliki. Salah satunya dalam *event* sebagai atraksi (*attraction*), sangat jelas dapat diungkapkan dimana kegiatan *event*

merupakan atraksi atau daya tarik tersendiri bagi sebuah destinasi. Atraksi adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat atau dinikmati.

Promosi

Menurut Tjiptono (2008:224-232), berikut adalah pengertian macam-macam bauran promosi:

- a. Iklan/*Advertising*
Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang di dalamnya memuat informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk tertarik melakukan pembelian.
- b. Penjualan Langsung/*Direct Selling*
Penjualan langsung adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, dengan cara memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon terukur dan adanya transaksi.
- c. Promosi Penjualan/*Sales Promotion*
Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.
- d. Hubungan Masyarakat/*Public Relation*
Hubungan masyarakat merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, opini, dan persepsi terhadap berbagai macam kelompok terhadap perusahaan tersebut.
- e. Penjualan Perseorangan/*Personal selling*
Personal selling adalah komunikasi tatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk yang ditawarkan sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.

Kesenian Tari Gandrung

Gandrung adalah sebuah kesenian asli suku Using dari Banyuwangi berupa tarian dan nyanyian yang diiringi musik perpaduan Jawa-Bali dan dalam pertunjukannya dibagi dalam tiga fase, yaitu Jejer, Paju dan Seblang-Seblangan. Tari Gandrung merupakan kesenian tertua di Banyuwangi, yang muncul dan berkembang pada tahun 1774 yaitu bertepatan saat orang-orang Belambangan melakukan babat hutan yang pada akhirnya akan dibuat sebuah kota baru yang kini dikenal dengan nama Banyuwangi. Tari gandrung Banyuwangi

mengalami berbagai perkembangan dari masa ke masa, perkembangan tersebut meliputi dari segi penari, gerak tari, iringan musik, nyanyian dan juga tujuannya (Raharjo, 2016:8).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian adalah 1). Bentuk-bentuk upaya yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menciptakan Festival Gandrung Sewu. 2). Bentuk-bentuk upaya yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan festival gandrung sewu untuk meningkatkan daya tarik wisata. 3). Daya tarik wisata yang ditimbulkan dari penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Banyuwangi, sedangkan situs penelitian adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Jumlah informan sebanyak 8 orang yaitu Bidang kebudayaan dan pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi, Dewan Kesenian Blambangan, Paguyuban Pelatih Seni Tari Banyuwangi (Patih Senawangi), dan wisatawan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Instrumen yang peneliti gunakan adalah peneliti sendiri, pedoman wawancara. Alat pendukung lainnya dan instrument dokumen. Analisis data menggunakan model Miles and Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada Penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu

Peran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada penyelenggaraan festival gandrung sewu ada 3, yaitu:

- a. Peran motivator oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi pada penyelenggaraan festival gandrung sewu diberikan kepada Patih Senawangi dan penari gandrung sewu. Bentuk motivasi yang diberikan adalah memberikan wadah atau kesempatan bagi seniman tari untuk berkarya dan juga memberikan panggung untuk para penari agar dapat disaksikan oleh masyarakat luas. Motivasi lainnya dalam bentuk fisik untuk para penari

diberikan piagam penghargaan karena telah berpartisipasi, serta kesempatan untuk dipilih menjadi perwakilan penari gandrung untuk penari yang terbaik dalam acara-acara undangan di luar Kabupaten Banyuwangi. Motivasi dalam bentuk fisik bagi patih senawangi adalah pendapatan hasil sewa kostum dan penambahan kostum gandrung dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk masing-masing sanggar tari.

- b. Peran fasilitator oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada penyelenggaraan festival gandrung sewu ada 3 yaitu, koordinasi dengan berbagai pihak, penyedia dana dan juga penyedia lokasi. Fasilitas pertama adalah sebagai koordinator, hal ini diwujudkan dengan diadakannya rapat-rapat koordinasi yang difasilitasi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Fasilitas kedua adalah penyedia dana, hal ini dikarenakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selaku pihak penyelenggara sehingga seluruh anggaran merupakan tanggung jawab Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang berasal dari APBD Banyuwangi. Fasilitas ketiga adalah perijinan dalam penyediaan lokasi festival gandrung sewu, selama latihan di masing-masing kecamatan, latihan gabungan di Taman Blambangan dan juga di lokasi penyelenggaraan yaitu Pantai Boom. Perijinan lain yang terkait dengan surat menyurat kepada instansi-instansi yang terlibat.
- c. Peran dinamisator oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada penyelenggaraan festival gandrung sewu terlihat dari kerja sama yang baik antar seluruh pihak yang terlibat. Pihak yang dilibatkan dalam penyelenggaraan festival gandrung sewu masing-masing memiliki keahlian dan diberi wewenang yang berbeda sehingga seluruhnya dapat bersatu menjadi sebuah tim yang saling membutuhkan satu sama lain. Sebagai peran dinamisator Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki sikap yang terbuka terhadap kritik dan saran yang muncul dan memberikan solusi dengan cara mengikuti perkembangan zaman sehingga festival gandrung sewu dapat berjalan dengan dinamis dan diterima oleh semua kalangan. Solusi yang didapat merupakan hasil dari musyawarah dari seluruh tim sehingga

terjadi proses saling membantu antar pihak.

2. Upaya mempromosikan festival gandrung sewu yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah efektif. Bauran romosi dilakukan adalah dengan beberapa cara yaitu:
 - a. Iklan/*advertising*: bentuk iklan melalui baliho yang dipasang di titik-titik keramaian di seluruh Banyuwangidan beberapa bandara. Selain baliho, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga memasang iklan di majalah-majalah penerbangan.
 - b. Penjualan langsung/*direct selling*: penjualan langsung dilakukan melalui media elektronik televisi dan radio dengan cara melakukan *talkshow*, selain itu juga melalui media internet seperti website, youtube, facebook, instagram yang seluruh situs dan akun tersebut dikelola langsung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
 - c. Hubungan masyarakat/*public relations*: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi mengumpulkan orang-orang atau komunitas di Banyuwangi yang memiliki banyak *followers* di media sosial mereka untuk bergabung dalam Banyuwangi Social Media Team. Tim ini memiliki tugas sebagai pihak yang membantu mempromosikan *event-event* di Banyuwangi serta sebagai pengontrol berita negatif di masyarakat yang berkaitan dengan pariwisata di Banyuwangi.
 - d. penjualan pribadi/*personal selling*: penjualan pribadi dilakukan melalui pameran-pameran baik di dalam maupun luar negeri, pameran yang rutin dilakukan adalah Majapahit Travel Fair. Selain pameran penjualan pribadi juga dilakukan oleh petugas Tourist Information Center ketika ada wisatawan yang mencari informasi, petugas akan memberikan arahan sekaligus memberikan informasi tentang *event-event* di kalender Banyuwangi Festival.

Seluruh bauran pemasaran tersebut sudah dilakukan seluruhnya oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Keculai promosi penjualan/*sales promotion*. Sales promotion dirasa tidak tepat jika diterapkan di dalam penyelenggaraan festival gandrung sewu.

3. Festival gandrung sewu sebagai daya tarik wisata telah terbukti dapat menarik kunjungan wisatawan pada saat festival tersebut diselenggarakan. Indikasi dapat dikatakan berhasil menarik wisatawan dapat dilihat dari animo wisatawan yang datang, kemacetan yang ditimbulkan, hotel-hotel yang *full booking* pada saat hari penyelenggaraan festival gandrung sewu, meningkatnya undangan tari gandrung sewu untuk pertunjukan di luar Kabupaten dan juga festival gandrung sewu selalu diselenggarakan setiap tahun. Daya tarik wisata inti yang ditimbulkan dari festival gandrung sewu meliputi *packaging* yang menarik hal ini dikarenakan image gandrung yang melekat di masyarakat adalah tarian yang hanya dibawakan oleh 4-5 orang dan kini ditarikan secara massal. Koreografi dan formasi para gandrung juga merupakan salah satu hal yang membuat festival ini sangat menarik untuk disaksikan. Adanya unsur edukasi merupakan hal yang menarik, festival gandrung sewu selalu menampilkan adegan teatrikal yang memberikan pengetahuan bagi penonton mengenai sejarah gandrung dan juga Kabupaten Banyuwangi. Tema yang selalu berbeda menyebabkan wisatawan merasa tidak bosan walaupun telah menyaksikan berkali-kali. Daya tarik lain adalah karena festival semacam ini hanya ada di Banyuwangi. Daya tarik pendukungnya adalah lokasi penyelenggaraan yang berada di Pantai Boom dengan *background* Selat Bali dan matahari terbenam yang menambah keindahan festival gandrung sewu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam penyelenggaraan festival gandrung sewu memiliki kelemahan dalam hal peran motivator dan fasilitator. Kedua peran tersebut tidak dapat berjalan dengan maksimal dikarenakan anggaran untuk penyelenggaraan festival gandrung sewu sangat minim.
2. Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan Festival gandrung sewu sudah sangat baik. Seluruh kegiatan promosi ini berhasil menarik banyak wisatawan yang datang ke Banyuwangi. Dampaknya adalah penginapan-penginapan di Banyuwangi menjadi penuh dan wisatawan kesulitan untuk mencari lokasi untuk menginap. Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menciptakan daya

tarik wisata melalui festival gandrung sewu dinilai sudah cukup baik.

Saran

1. Sebaiknya anggaran untuk festival gandrung sewu berikutnya dapat ditingkatkan agar pihak yang sudah bekerja keras seperti Patih Senawangi mendapatkan apresiasi berupa upah atau gaji. Latihan terpisah di 24 Kecamatan diharapkan menjadi lebih maksimal jika Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memfasilitasi anggaran khusus untuk latihan tersebut.
2. Bauran pemasaran dalam hal *personal selling* sebaiknya ditingkatkan lagi, khusus untuk pelayanan *personal selling* di *Tourist Information Center* sebaiknya dilakukan dengan perencanaan bukan hanya sebatas spontanitas.
3. Sebaiknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bersama pemerintah daerah mencari solusi untuk masalah ini. Salah satu caranya adalah memanfaatkan rumah-rumah warga di sekitar Pantai Boom untuk dijadikan *homestay* sementara bagi wisatawan yang kesulitan mencari tempat menginap.
4. Hasil penelitian Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi pada Penyelenggaraan Festival Gandrung Sewu sebagai Daya Tarik Wisata ini masih perlu penyempurnaan. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengangkat tema mengenai penyelenggaraan festival gandrung sewu dapat menindaklanjuti masalah-masalah baru yang muncul dari penelitian ini sehingga dapat menjawab seluruh permasalahan pada penyelenggaraan festival gandrung sewu dan dapat memberikan masukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi selaku pihak penyelenggara.

Pitana, I Gede dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis Terhadap struktur, Sistem dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Ando Offset.

Raharjo, Bahagio. 2016. *Dinamika Kesenian Gandrung di Banyuwangi 1950-2013*. E-Jurnal Humanis, Fakultas Sastra dan Budaya Unud. 15, 7-14.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Yoeti, Oka A. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Karya Unipress.

DAFTAR PUSTAKA

Getz, Donald. 2008. *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*. Tourism Management. 29, 403-428.

Goldblatt. Joe. 2002. *The Wiley Event Management Series, 3 Edition*. New York: Jhon Wiley & Sons, Inc.