

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Teori

##### 2.1.1 Definisi Gang

Gang merupakan jalan yang berada di antara permukiman yang juga tergolong sebagai ruang publik guna mewadahi kegiatan masyarakat untuk saling berinteraksi (Dwita, 2021). Secara lebih rinci, ruang publik berfungsi untuk mewadahi aktivitas, seperti sirkulasi, sosial, bermain, berbelanja, berinteraksi, dan bertahan hidup (Mehta, 2013). Adapun jalan merupakan salah satu bentuk dari ruang publik. Dengan adanya jalan, masyarakat menjadi terfasilitasi terutama untuk saling bertemu dan berinteraksi, sehingga berpotensi besar dalam menciptakan suatu komunitas. Jalan pada gang merupakan bagian dari kehidupan masyarakat, terutama dalam perkampungan yang juga memfasilitasi kegiatan ekonomi dan sosial (Mehta, 2013).

##### 2.1.2 Elemen Pembentuk Gang

Keberadaan gang berkaitan dengan spesifikasi dan karakteristik, baik fisik maupun non-fisik. Karakter tersebut yang akhirnya membentuk citra gang. Adapun gang tersusun atas tiga elemen pembentuk (Krier, 1979), yaitu:

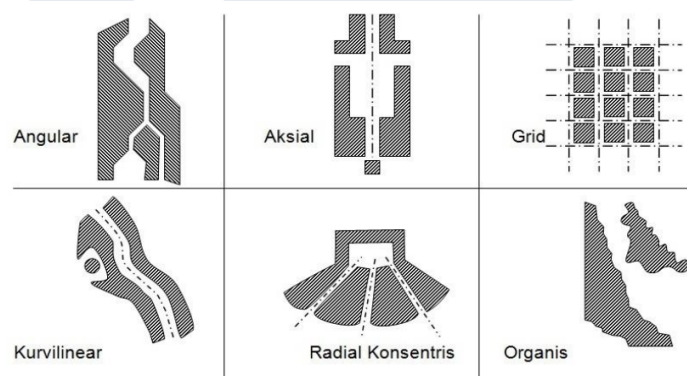
###### 1. Wujud Bangunan

Wujud bangunan merupakan wajah atau citra dari sebuah bangunan yang terlihat di sepanjang gang. Wajah dan wujud bangunan dapat memperlihatkan identitas atau ciri khas arsitektur dalam suatu kawasan. Menurut Krier (1988) dalam buku *Architectural Composition*, wujud bangunan memengaruhi bentuk geometri gang dan bentuk tersebut yang akan menciptakan kualitas ruang di gang. Adapun kualitas ruang yang terbentuk karena wujud bangunan dapat menimbulkan kesan tertentu bagi pengguna gang

## 2. Gambar Tanah (*Figure Ground*)

Gambar tanah berhubungan dengan massa bangunan dan ruang terbuka. Setiap gang memiliki pola tatanan massa. Maka dari itu, gambar tanah berfungsi sebagai acuan pola tata ruang untuk memahami pola tatanan massa. Adapun struktur gang tercipta karena adanya pengaruh pembentukan dinding melalui keteraturan massa (Trancik, 1986).

Gambar tanah berpaku pada dua komponen utama, yaitu *solid (figure)* dan *void (ground)*. Elemen *solid* biasa berkaitan dengan blok-blok masif yang terbentuk karena adanya massa bangunan sebagai tempat untuk beraktivitas. Adapun *void* biasa timbul karena ruang terbuka di antara blok. Terdapat tiga aplikasi bentuk kombinasi *solid-void*, yaitu ortogonal dan diagonal, random organik, dan bentuk *nodal concentric*. Serta, terdapat enam pola *figure ground* menurut Trancik (1986), yaitu angular, aksial, grid, kurvilinear, radial konsentris, dan organis (Gambar 2.1)



**Gambar 2.1. Pola *Solid-Void* dalam Diagram**

Sumber: Trancik, 1986

## 3. Jalan dan Jalur Pejalan Kaki

Jalan yang terdapat di gang berfungsi untuk memudahhi pergerakan kendaraan dan manusia. Di jalan tersebut dapat ditemukan ruang untuk parkir, *street furniture*, *signage*, dan pengaturan vegetasi. Adapun jalur pejalan kaki pada gang berperan sebagai ruang yang memudahhi pergerakan manusia secara linear yang juga berfungsi sebagai sarana sirkulasi dan aktivitas manusia.

### **2.1.3 Faktor yang Memengaruhi Daya Tarik Pengunjung di Gang**

Terdapat tiga faktor yang memengaruhi ketertarikan pengunjung terhadap gang, terutama untuk area komersial (Mehta, 2013), yaitu:

1. Barang dan jasa yang beragam

Salah satu cara membuat pengunjung tertarik untuk mengunjungi gang adalah melalui barang dan jasa yang beragam. Barang dan jasa yang lengkap membuat masyarakat senang karena merasa kebutuhannya terpenuhi dan menjadi daya tarik masyarakat.

2. Daya Tarik dan Penampilan Menarik

Elemen visual di sepanjang jalan menyebabkan ketertarikan pengunjung, seperti fasad bangunan, level pintu, lampu penerangan, tanda, dan *street furniture*. Dengan adanya daya tarik dan penampilan yang menarik, pengunjung ingin terus datang ke tempat tersebut.

3. Terjadinya Peristiwa

Pada gang, sering terdapat acara atau kegiatan, seperti berjualan di jalan dan festival yang membuat tingkat sosial di jalan semakin tinggi. Peristiwa tersebut yang nantinya juga akan menjadi daya tarik masyarakat. Adanya peristiwa membuat kawasan memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh masyarakat.

### **2.1.4 Definisi Kampung Budaya**

Menurut Anom (2010), kampung budaya merupakan wilayah dengan potensi budaya yang layak untuk dikembangkan. Kampung budaya biasanya diekspresikan dalam sistem kepercayaan, kesenian, mata pencaharian, teknologi, komunikasi, sosial, lingkungan, serta tata ruang dan arsitektur (Triwardani & Rochayanti, 2014). Kampung budaya juga berhubungan dengan nilai tradisional yang berpengaruh kuat terhadap kondisi fisik bangunan yang ada di perkampungan tersebut (Basuwendro, 2016). Dalam hal ini, kampung budaya memiliki arsitektur tradisional khas yang dibentuk oleh masyarakatnya berdasarkan adat, tradisi, dan budaya warisan leluhur (Septarina, 2008).

### **2.1.5 Definisi Gang dalam Konteks Kampung Budaya**

Gang dalam konteks kampung budaya didefinisikan sebagai sarana interaksi berbasis budaya dan kreativitas yang memiliki nilai keberlanjutan, keadilan, dan inklusi (The Council of Europe, 2006). Adapun ide dasar gang dalam konteks kampung budaya adalah untuk menciptakan suatu hubungan yang bergerak di luar bidang fisik yang menghubungkan budaya dengan unsur kreatif suatu wilayah (Richards *et al.*, 2008). Selain itu, gang dalam konteks kampung budaya berperan untuk mengakomodasi berbagai aktivitas masyarakat yang diterjemahkan sebagai ruang publik, maupun ruang privat (Ernawati, 2020) dan sangat erat hubungannya dengan nilai, budaya, dan ciri khas masyarakat.

Gang dalam konteks kampung budaya merupakan kunci keberhasilan pariwisata karena berhubungan dengan pengalaman wisatawan. Pengalaman wisatawan ini timbul melalui adanya berbagai atraksi khas di sepanjang gang (Terzic & Bjeljic, 2016) yang menciptakan rute budaya. Adapun gang budaya terdiri atas situs primer dan sekunder yang saling berhubungan dan membentuk suatu cerita perjalanan budaya sebagai tujuan hadirnya gang tersebut.

### **2.1.6 Peran Gang dalam Kampung Budaya**

Pada umumnya, setiap kampung budaya memiliki ciri khasnya masing-masing. Adapun biasanya gang kampung budaya memperlihatkan ciri khas tersebut. Gang dalam konteks kampung budaya memiliki peran, yaitu:

#### **1. Pembentuk Identitas Kampung Budaya**

Gang dalam kampung budaya biasanya merepresentasikan identitas khas dari kampung (Shishmanova, 2015). Identitas akan dengan mudah terlihat apabila terdapat elemen pembentuk gang yang khas dari setiap kampung budaya. Singkatnya, identitas dari sebuah kampung budaya dapat teridentifikasi melalui kualitas gangnya.

## 2. Akses dan Sirkulasi

Selain berfungsi sebagai elemen penentu identitas, gang juga berfungsi untuk mewadahi kegiatan sirkulasi, baik itu untuk kendaraan maupun pejalan kaki. Dalam konteks kampung, gang menghubungkan setiap area, sehingga masyarakat dari suatu daerah bisa saling terhubung dan memiliki kesinambungan. Hal ini membuat gang juga menjadi sarana terutama untuk mengakses suatu tempat dan memfasilitasi sirkulasi masyarakat (Ramelan *et al.*, 2007).

## 3. Wadah Aktivitas Masyarakat

Kehidupan kampung tidak mungkin terlepas dari aktivitas (Rolisasi & Soemarwanto, 2019). Gang merupakan sarana yang memfasilitasi kegiatan masyarakat, baik dalam beraktivitas maupun sirkulasi. Adapun di gang terdapat banyak aktivitas guna memfasilitasi masyarakat dalam berinteraksi. Dalam konteks kampung budaya, gang menjadi elemen pemersatu masyarakat, terutama dalam melakukan suatu aktivitas.

### 2.1.7 Ekosistem Gang yang Memengaruhi Daya Tarik Kampung

Sebagai salah satu wujud dari ruang publik, gang dalam konteks kampung budaya memiliki enam nilai ekosistem (Xu *et al.*, 2020) yang memengaruhi daya tarik kampung budaya, yaitu:

#### 1. Nilai Keagamaan

Dalam keadaan tertentu, nilai keagamaan di kampung budaya dapat memengaruhi aspek psikologis wisatawan (Cooper *et al.*, 2016). Pada umumnya, nilai keagamaan suatu kampung wisata berkaitan dengan kepercayaan masyarakat setempat. Nilai keagamaan tersebut dapat diimplementasikan dengan adanya budaya khas terutama saat perayaan hari besar. Adapun biasanya gang menjadi sarana yang memfasilitasi kegiatan dan perayaan keagamaan tersebut sebagai ruang publik.

## 2. Nilai Estetik

Nilai estetik seringkali hanya dianggap sebatas nilai visual. Namun sebenarnya nilai estetik juga berhubungan dengan daya tarik dan aspek psikologi wisatawan (Cooper *et al.*, 2016) untuk kembali datang ke objek wisata tersebut. Nilai estetik berasal dari kualitas gang yang mengundang dan memiliki visual yang baik.

## 3. Relasi Sosial (Aktivitas)

Sebagai wujud dari ruang publik, gang berfungsi sebagai sarana aktivitas. Dari adanya aktivitas, tercipta relasi sosial. Relasi sosial dapat membuat adanya ikatan antara wisatawan dengan tempat wisata. Adapun ekosistem yang berbeda akan menciptakan relasi sosial yang berbeda sesuai dengan kondisinya (Xin *et al.*, 2020).

## 4. *Sense of Place*

*Sense of place* didefinisikan sebagai proses temporal dan spasial yang dinamis yang terus berubah (Harvey, 1996). Adapun *sense of place* kampung budaya dapat dicapai melalui pengalaman wisatawan dalam memahami, menilai, dan menggunakan setiap ekosistem dalam kampung budaya tersebut (Ryfield *et al.*, 2019).

## 5. Rekreasi

Kampung budaya dapat menjadi sarana rekreasi bernilai terutama jika terdapat fungsi dan program yang mendukung. Rekreasi menjadi salah satu tujuan dan kegiatan utama pariwisata (Paracchini *et al.*, 2014), sehingga nilai ini akan memengaruhi ekosistem kampung budaya.

## 6. Nilai Warisan Budaya

Konteks kampung budaya pada umumnya memiliki nilai warisan budaya yang khas dan bersifat turun-menurun. Akan tetapi, terkadang nilai warisan budaya yang kompleks hanya dapat diketahui melalui atribut kualitatif dan kuantitatif yang berbeda sesuai dengan elemen sejarah (Plachter & Rossler, 1995).

### **2.1.8 Definisi Wisata Kampung Budaya**

Menurut R.S Damardjati (2004), wisata budaya berhubungan dengan objek wisata yang memiliki budaya setempat, upacara keagamaan, pola hidup masyarakat, hasil peninggalan sejarah, seni, dan produk khas rakyat. Adapun kampung wisata menurut Wiendu Nuryanti (2003) adalah hubungan antara atraksi dan sarana prasarana yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Biasanya, pola hidup masyarakat berkaitan erat dengan tradisi khas daerah yang berlaku.

### **2.1.9 Parameter Pokok Keberhasilan Pariwisata**

Terdapat tiga unsur pokok keberhasilan pariwisata yang membuat suatu daerah wisata berfungsi dengan baik (Hadiwijoyo, 2012), yaitu:

#### **1. Daya tarik**

Daya tarik merupakan unsur utama keberhasilan pariwisata yang memengaruhi orang untuk tetap datang. Terdapat tiga unsur yang berkaitan dengan daya tarik, yaitu *natural amenities* yang berkaitan dengan alam. *Man made* yang berkaitan dengan benda buatan manusia, seperti benda bersejarah, benda yang berkaitan dengan budaya, benda yang berkaitan dengan keagamaan, seperti monumen, peninggalan masa lalu, museum, dan perpustakaan, dan infrastruktur. Terakhir, unsur gaya hidup yang berhubungan dengan budaya, adat istiadat, dan kebiasaan. Dari unsur tersebut, dapat dikategorikan lagi berdasarkan dua aspek, yaitu aspek fisik dan aspek non-fisik. Aspek fisik meliputi unsur *natural amenities* dan *man made*. Adapun aspek non-fisik meliputi unsur gaya hidup.

Daya tarik yang baik menimbulkan niat wisatawan untuk kembali datang. Kepuasan wisatawan menjadi faktor yang membawa dampak pada sumber pendapatan masa depan (Rozak, 2012), sehingga berpengaruh baik bagi kehidupan masyarakat. Minat wisatawan untuk kembali merupakan tujuan dari adanya destinasi wisata. Adapun, destinasi wisata berhasil apabila wisatawan ingin datang kembali, bahkan mengajak wisatawan lain untuk berdatangan.

## 2. Fasilitas

Fasilitas bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti penginapan, restoran, transportasi, dan *tour and travel*. Fasilitas ini juga mencakup pelayanan tambahan sebagai elemen pelengkap, seperti *marketing*, pembangunan fisik, koordinasi aktivitas lapangan, dan pelayanan informasi melalui media cetak maupun media maya untuk wisatawan dan jasa pemandu.

## 3. Aksesibilitas

Unsur kedua yang memengaruhi keberhasilan pariwisata adalah aksesibilitas. Aksesibilitas berhubungan dengan ketersediaan dan kemudahan pencapaian menuju destinasi wisata. Aksesibilitas yang baik juga menghubungkan wisatawan dari asal lokasi hingga ke destinasi wisata dengan berbagai jenis moda transportasi sebagai pendukung keterjangkauan tersebut. Semakin banyak dan beragam jenis moda transportasi, aksesibilitas suatu destinasi wisata juga semakin tinggi.

### 2.1.10 Daya Tarik dalam Destinasi Wisata

Secara lebih spesifik, destinasi wisata memiliki hubungan erat dengan daya tarik karena menentukan perasaan wisatawan untuk kembali ke suatu destinasi wisata. Daya tarik yang tinggi menjadi nilai jual dari suatu destinasi wisata. Daya tarik destinasi wisata terdiri dari (Raimkulov *et al.*, 2021):

#### 1. Atraksi destinasi wisata

Dalam proses pengembangan wisata, wisatawan memerlukan suatu pemikat dari destinasi yang meliputi atraksi alam, sosial, budaya, dan buatan (Middleton *et al.*, 2009). Atraksi destinasi wisata ini menjadi faktor utama dari daya tarik destinasi wisata. Atraksi ini berkaitan dengan ciri khas tempat wisata, seperti budaya setempat, etnik, keterjangkauan sumber daya alam, dan makanan (Kozak, 1998). Adapun atraksi destinasi wisata menjadi identitas suatu destinasi wisata, sehingga menjadi fokus utama penyebab munculnya daya tarik wisatawan.

## 2. Kualitas tempat wisata

Kualitas tempat wisata dapat menjadi daya tarik destinasi wisata, terutama saat kondisinya memadai. Kualitas tempat wisata meliputi kondisi infrastruktur yang baik dan adanya fasilitas yang memadai. Kondisi infrastruktur yang baik meliputi adanya sumber air bersih, sistem komunikasi yang memadai, akses kesehatan, sumber energi, pengolahan drainase dan limbah, kualitas jalan, dan keamanan daerah.

Kualitas dari kondisi infrastruktur juga menentukan daya tarik wisatawan. Kualitas yang mengundang dan menarik akan meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata. Fasilitas dan pelayanan juga menjadi daya tarik dari suatu destinasi wisata. Fasilitas dan pelayanan yang memadai akan membuat wisatawan mengalami kemudahan. Berbagai macam fasilitas yang disediakan untuk wisatawan meliputi fasilitas penginapan, transportasi, hiburan, pusat perbelanjaan, restoran dan cafe, serta fasilitas olahraga.

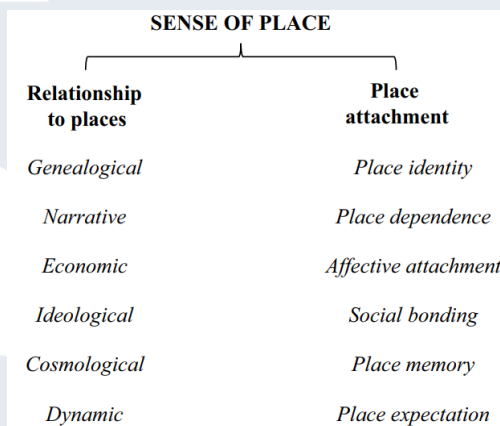
### **2.1.11 Pendekatan Perancangan Destinasi Wisata agar Memiliki Daya Tarik**

#### *1. Sense of Places*

*Sense of Place* tercipta melalui adanya hubungan dan ikatan emosional antara manusia dengan ruang hidupnya yang memiliki ikatan emosi (Chen *et al.*, 2021). Konsep *sense of place* dapat menciptakan suatu keunikan yang nantinya menjadi suatu identitas tempat guna mendukung aktivitas tertentu. Konsep *sense of place* dapat semakin kuat dengan adanya elemen fisik, atribut, karakteristik setting, dan kontribusi suatu tempat terhadap penciptaan makna. Penciptaan makna ini mengacu pada dua aspek, yaitu psikologis dan persepsi terhadap lingkungan yang membuat pengalaman tersendiri dari setiap orang. Adapun latar belakang dan pengalaman terhadap kejadian masa lalu, ingatan, preferensi, pengetahuan, karakter, kepercayaan, adat istiadat, umur, dan jenis kelamin memengaruhi *sense of place* seseorang (Hashemnezhad *et al.*, 2013).

Terdapat langkah-langkah untuk meningkatkan *sense of Place* (Hashemnezhad *et al.*, 2013), yaitu:

- a. Menciptakan konfigurasi ruang yang sesuai dengan karakteristik seseorang melalui fasilitas pendukung wisata.
- b. Melakukan modifikasi terhadap struktur ruang untuk meningkatkan kualitas ruang, keamanan, dan kejelasan dari suatu tempat baru.
- c. Meningkatkan dan memaksimalkan tempat wisata dengan meningkatkan kualitas produk khas yang untuk wisatawan.
- d. Memodifikasi pola ruang yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik terutama pada kondisi lingkungan, sosial, dan atribut terbangun lainnya.



**Gambar 2.2. Konsep *Sense of Place***

Sumber: Chen *et al.*, 2021

## 2. *Place Attachment*

*Place attachment* merupakan hubungan emosional seseorang terhadap suatu tempat *Place Attachment* seseorang ditentukan pada pengalamannya terhadap suatu tempat (Hashemnezhad *et al.*, 2013). Pengalaman seseorang mengenai suatu tempat dan lingkungan menciptakan perasaan akrab yang akan memengaruhi preferensi seseorang terhadap atribut lingkungan, aktivitas yang tersedia, atribut fisik, dan karakteristik tempat.

## 2.2 Penelitian Sebelumnya

### 2.2.1 *Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village*

Penelitian yang dilakukan oleh Simanihuruk (2019) ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di Desa Budaya Sindang Barang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif agar data yang diperoleh lebih valid dan objektif. Adapun penelitian ini menggunakan parameter, yaitu:

1. Daya tarik (Suryadana & Octavia, 2015)
  - a. *What to see*
  - b. *What to do*
  - c. *What to buy*
  - d. *What to arrive*
  - e. *Where to stay*
2. Fasilitas (Yoeti, 2003)
  - a. Unit akomodasi
  - b. Restoran
  - c. Fasilitas aktivitas outdoor
  - d. Fasilitas aktivitas seni
  - e. Pelayanan Informasi
3. Kepuasan pengunjung (Mowen & Minor, 2002)
  - a. Kualitas produk
  - b. Harga
  - c. Kualitas pelayanan
  - d. Kemudahan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Adapun fasilitas wisata juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dalam hal ini, atraksi wisata dan fasilitas wisata berpengaruh pada tingkat

kepuasan pengunjung. Secara keseluruhan, daya tarik wisata dan fasilitas yang disediakan di Desa Budaya Sindang Barang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini membuat Desa Budaya Sindang Barang memiliki daya tarik yang baik, sehingga banyak wisatawan yang berdatangan ke tempat (Simanihuruk, 2019).

### **2.2.2 Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak**

Penelitian yang dilakukan oleh Wawan Endang Sudarwan, Surti Zahra, dan Mohamad Bayi Tabrani (2021) bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun penelitian ini menggunakan parameter, yaitu:

1. Daya tarik (Utama, 2017)
  - a. *What to see*
  - b. *What to do*
  - c. *What to buy*
  - d. *What to arrive*
  - e. *Where to stay*
2. Fasilitas (Payangan, 2013)
  - a. Hotel
  - b. Pos
  - c. Faksimile
  - d. Fasilitas keamanan
  - e. Pemandu
  - f. Jasa bank
  - g. Penukaran uang
  - h. Operator dan biro perjalanan wisata
  - i. Toko cenderamata

3. Aksesibilitas (Hadiwijoyo, 2018)
  - a. Papan petunjuk
  - b. Moda transportasi beragam dan memadai
  - c. Kondisi jalan yang baik
4. Kepuasan Wisatawan
  - a. Adanya sikap senang
  - b. Sering berkunjung
  - c. Memberitahu temannya
  - d. Memberikan solusi atas apa yang dirasakan atas pelayanannya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan aksesibilitas tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Sedangkan, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Adapun variabel independen, yaitu fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik berkontribusi sebesar 51,30% terhadap variabel dependen kepuasan wisatawan Pantai Sawarna. Secara keseluruhan, fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Sudarwan *et al.*, 2021).

### ***2.2.3 The Roman Colonia Ulpia Oescensium and Opportunities for Developing Cultural Tourism***

Penelitian yang dilakukan oleh Plamen Lakov, Vladimir Naydenov, dan Ivanka Shopova (2017) bertujuan untuk membahas kemungkinan dalam menciptakan produk pariwisata daerah di Kota Romawi Kuno, Colonia Ulpia Oescensium sebagai warisan budaya di Pleven. Produk pariwisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, hiburan, dan fasilitas pada level implementasi atraksi utama wisatawan serta fasilitas dan pelayanan. Untuk mengetahui potensi sumber daya wisata budaya dan sejarah, maka penelitian ini membuat parameter penilaian berdasarkan kriteria potensi pengembangan, tingkat interaksi, dan tingkat modifikasi melalui indikator yang relevan dengan menggunakan

metode ekspedisi lapangan. Adapun parameter yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

1. Keberhasilan Pariwisata Budaya
  - a. Daya Tarik
  - b. Kepentingan
  - c. Aksesibilitas
  - d. Kapasitas
  - e. Pemanfaatan untuk kebutuhan pariwisata
  - f. Kesiapan untuk menerima dan melayani wisatawan
2. Penghasil Produk Wisata
  - a. Sumber daya wisata
  - b. Infrastruktur
  - c. Berbagai layanan (transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, pemandu wisata)
  - d. Atraksi wisata dan animasi
  - e. Pemasaran dan periklanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur wisata budaya yang dilengkapi dengan adanya produk pariwisata menjadi salah satu sarana pengembangan wisata budaya di Pleven yang berdampak bagi kehidupan pariwisata. Secara keseluruhan, produk pariwisata membawa dampak pada keberhasilan pariwisata (Lakov *et al.*, 2017).

#### **2.2.4 *Cultural Tourism in Cultural Corridors, Itineraries, Areas and Cores Networked***

Penelitian yang dilakukan oleh Maria Valkova Shishmanova (2015) bertujuan untuk mengetahui peran gang budaya dalam pengembangan pariwisata budaya melalui studi kasus Area Samokov di Bulgaria. Secara singkat, gang budaya berperan penting untuk pengembangan pariwisata budaya. Akan tetapi, gang budaya memerlukan dukungan zona di luar gang budaya sebagai *core* yang akan menciptakan interaksi secara menyeluruh dan berperan sebagai pelengkap dalam pelestarian budaya dan spiritualitas.

Adapun dalam penelitian ini, terdapat peran penting dari objek budaya sebagai produk wisata budaya yang mengintegrasikan infrastruktur informasi budaya, wisata dan perjalanan untuk rencana perjalanan budaya. Produk wisata tersebut akan menciptakan arus wisata yang fleksibel dan menjadi daya tarik wisatawan yang menciptakan teritori identitas budaya. Gang budaya memiliki peluang yang besar untuk dijadikan objek wisata yang dapat mendukung peluang politik, ekonomi, dan sosial.

1. Klaster Pariwisata yang Meningkatkan Ekonomi Lokal:
  - a. Kawasan inti cagar budaya
  - b. Monumen alam
  - c. Ekosistem dan koleksi seni
  - d. Tradisi dan kerajinan
2. Penghasil Produk Wisata
  - a. Nilai budaya
  - b. Infrastruktur wisata
  - c. Transportasi
  - d. Informasi

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gang budaya berperan penting terhadap pengembangan pariwisata budaya. Akan tetapi, gang budaya masih memerlukan zona pendukung, yaitu zona di luar gang budaya sebagai area pelengkap yang dapat memfasilitasi dan mendukung *core* utama gang budaya (Shishmanova, 2015).

### ***2.2.5 Cultural Corridor: A Preservation District in Downtown Rio De Janeiro, Brazil***

Penelitian yang dilakukan oleh Augusto Ivan Pinheiro dan Vicente Del Rio (1993) membahas mengenai proyek desain perkotaan di Brazil dalam pelestarian dan revitalisasi yang menekankan warisan budaya sekaligus pembangunan baru. Penelitian ini telah menggunakan peraturan penggunaan lahan khusus, pedoman desain, program partisipatif dan pendidikan, serta

pengurangan pajak substansial yang di dalamnya terdapat unsur tambahan nilai budaya. Adapun penelitian ini membahas secara rinci mengenai gang budaya sebagai strategi proyek untuk mempertahankan nilai warisan budaya di kota besar, seperti Rio de Janeiro, Brazil. Dari penelitian ini didapatkan bahwa:

1. Kriteria desain kawasan bersejarah
  - a. Melestarikan bangunan bersejarah
  - b. Mengombinasikan bangunan lama dengan bangunan baru
  - c. Membenahi area yang rusak
2. Problematika umum gang budaya
  - a. Kesulitan untuk meyakinkan pemilik
  - b. Menemukan solusi desain untuk bangunan baru
  - c. Mengganti elemen arsitektur asli
  - d. Konstruksi baru di kavling kosong di kawasan pelestarian
  - e. Muka bangunan (eksterior)
  - f. Desain dan penempatan *signage* dan iklan

Secara objektif, gang budaya merupakan proses edukasi untuk membangun pemahaman mengenai pentingnya budaya di lingkung bangun. Akan tetapi, gang budaya di pusat kota Rio belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan karena terdapatnya problematika umum (poin 2), terutama banyak area bersejarah yang sudah didesain ulang, sehingga kehilangan maknanya (Pinhero & Rio, 1993).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tabel 2.1 Komponen Acuan dan Kesimpulan dari Penelitian Terdahulu**

Judul Jurnal	Penulis (Tahun)	Konteks	Komponen Acuan	Kesimpulan
<i>Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village</i>	Simanihuruk (2019)	Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung	<p>Daya tarik wisatawan: (1) What to see, (2) What to do, (3) What to buy, (4) What to arrive, (5) Where to stay</p> <p>Komponen fasilitas: (1) Unit akomodasi, (2) Restoran, (3) Fasilitas aktivitas outdoor, (4) Fasilitas aktivitas seni, (5) Pelayanan Informasi</p> <p>Kepuasan wisatawan: (1) Kualitas produk, (2) Harga, (3) Kualitas pelayanan, (4) Kemudahan</p>	Atraksi wisata dan fasilitas wisata berpengaruh positif pada tingkat kepuasan pengunjung
Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak	Wawan Endang Sudarwan, Surti Zahra, dan Mohamad Bayi Tabrani (2021)	Pengaruh fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik terhadap kepuasan wisatawan	<p>Daya tarik wisatawan: (1) What to see, (2) What to do, (3) What to buy, (4) What to arrive, (5) Where to stay</p> <p>Komponen fasilitas: (1) Hotel, (2) Pos, (3) Faksimile, (4) Fasilitas keamanan, (5) Pemandu, (6) Jasa bank, (7) Penukaran uang, (8) Operator dan biro perjalanan wisata, (9) Toko cenderamata</p> <p>Aksesibilitas: (1) Papan petunjuk, (2) Moda transportasi beragam dan</p>	Fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata berpengaruh positif pada kepuasan wisatawan

			<p>memadai, (3) Kondisi jalan yang baik</p> <p>Kepuasan wisatawan:  (1) Adanya sikap senang, (2) Sering berkunjung, (3) Memberitahu temannya, (4) Memberikan solusi atas apa yang dirasakan atas pelayanannya</p>	
<p><i>The Roman Colonia Ulpia Oescensium and Opportunities for Developing Cultural Tourism</i></p>	<p>Plamen Lakov, Vladimir Naydenov, dan Ivanka Shopova (2017)</p>	<p>Pengaruh produk pariwisata terhadap keberhasilan pariwisata</p>	<p>Keberhasilan pariwisata budaya:  (1) Daya tarik, (2) Kepentingan, (3) Aksesibilitas, (4) Kapasitas, (5) Pemanfaatan untuk kebutuhan pariwisata, (6) Kesiapan untuk menerima dan melayani wisatawan</p> <p>Penghasil Produk Wisata:  (1) Sumber daya wisata, (2) Infrastruktur, (3) Berbagai layanan, (4) Atraksi wisata dan animasi, (5) Pemasaran dan periklanan</p>	<p>Produk pariwisata berpengaruh positif pada keberhasilan pariwisata</p>
<p><i>Cultural Tourism in Cultural Corridors, Itineraries, Areas and Cores Networked</i></p>	<p>Maria Valkova Shishmanova (2015)</p>	<p>Pengaruh gang budaya terhadap pengembangan pariwisata budaya</p>	<p>Klaster pariwisata yang meningkatkan ekonomi lokal:  (1) Kawasan inti cagar budaya, (2) Monumen alam, (3) Ekosistem dan koleksi seni, (4) Tradisi dan kerajinan</p> <p>Produk wisata dan budaya:  (1) Nilai budaya, (2) Infrastruktur wisata, (3) Transportasi, (4) Informasi</p>	<p>Gang budaya berperan positif dalam pengembangan pariwisata budaya, tetapi adanya zona pendukung menjadikannya lebih baik</p>

<p><i>Cultural Corridor: A Preservation District in Downtown Rio De Janeiro, Brazil</i></p>	<p>Augusto Ivan Pinheiro dan Vicente Del Rio (1993)</p>	<p>Pengaruh gang budaya di kota besar Rio de Janeiro</p>	<p>Kriteria desain kawasan bersejarah:  (1) Melestarikan bangunan bersejarah, (2) Mengombinasikan bangunan lama dengan bangunan baru, (3) Membenahi area yang rusak</p> <p>Problematika umum gang budaya:  (1) Kesulitan untuk meyakinkan pemilik, (2) Menemukan solusi desain untuk bangunan baru, (3) Mengganti elemen arsitektur asli, (4) Konstruksi baru di kavling kosong di kawasan pelestarian, (5) Muka bangunan (eksterior), (6) Desain dan penempatan <i>signage</i> dan iklan</p>	<p>Gang budaya baik untuk proses edukasi, tetapi masih belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan karena problematika umum di pusat kota Rio</p>
---	---	--	---	---

Sumber: Penulis, 2022



Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan sebelumnya, penggunaan teori mengarah pada tiga parameter keberhasilan pariwisata yang menjadi kata kunci penelitian. Akan tetapi, agar penelitian ini tidak terlalu melebar, maka kata kunci dibatasi sesuai dengan batasan dan masalah penelitian, yaitu “daya tarik”.

Untuk menguji aspek fisik, penulis menggunakan teori elemen pembentuk gang (Krier, 1979), yaitu wujud bangunan, gambar tanah, serta jalan dan jalur pejalan kaki. Kajian aspek fisik akan berhubungan dengan aspek non-fisik, yaitu nilai ekosistem gang budaya (Xu *et al.*, 2020). Namun, untuk membatasi penelitian, teori yang digunakan hanyalah relasi sosial dan nilai warisan budaya.

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan Kampung Sumbawan sebagai destinasi wisata diperlukan parameter. Parameter tersebut diambil menggunakan teori Hadiwijoyo (2012). Akan tetapi, untuk membatasi penelitian, parameter yang digunakan hanyalah parameter daya tarik. Selanjutnya, penulis akan menguji komponen daya tarik secara lebih detail menggunakan teori Raimkulov *et al.*, (2021), yaitu atraksi wisata dan kualitas tempat wisata. Teori-teori yang digunakan akan penulis sintesiskan sesuai dengan relevansinya terhadap fokus penelitian untuk memberikan penilaian terhadap pembahasan analisis.

**Tabel 2.2 Sintesis Teori Penggunaan Gang terhadap Daya Tarik di Destinasi Wisata Budaya**

Elemen pembentuk gang (Krier, 1979)	Ekosistem gang budaya yang memengaruhi daya tarik kampung budaya (Xu <i>et al.</i> , 2020)	Parameter keberhasilan destinasi wisata (Hadiwijoyo, 2012; Raimkulov <i>et al.</i> , 2021)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wujud bangunan</li> <li>2. Gambar tanah</li> <li>3. Jalan dan jalur pejalan kaki</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relasi sosial</li> <li>2. Nilai warisan budaya</li> </ol>	Daya tarik: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atraksi wisata</li> <li>2. Kualitas tempat wisata</li> </ol>

Sumber: Penulis, 2022

## 2.3 Studi Preseden Terkait

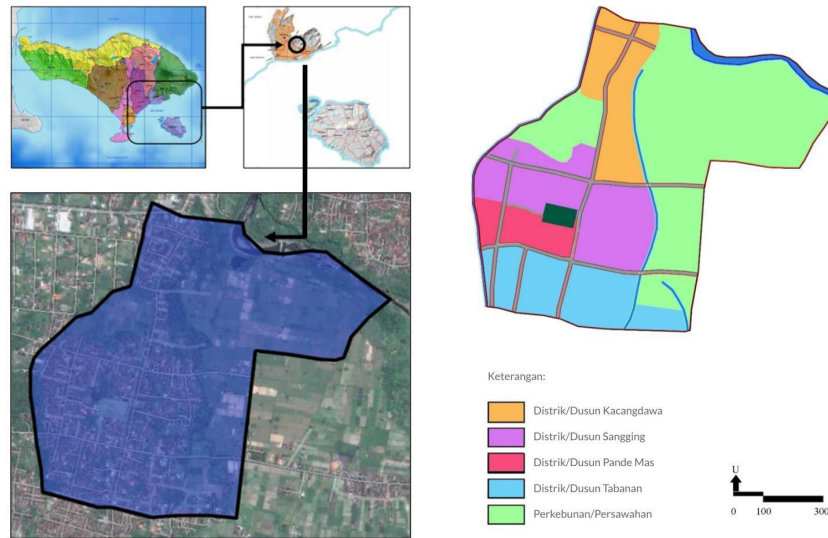
### 2.3.1 Desa Kamasan



Gambar 2.3. Desa Kamasan

Sumber: Aditya ES Wicaksono, 2022

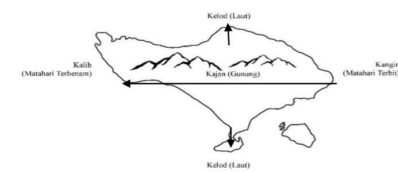
Desa Kamasan (Gambar 2.3) merupakan desa adat yang terletak di Klungkung, Bali. Desa Kamasan memiliki lokasi yang strategis karena berada 4 km dari Semarapura yang merupakan ibu kota Kabupaten Klungkung (Gambar 2.4). Desa ini memiliki luas 220 hektar yang terbagi atas 10 banjar adat dalam 4 banjar dinas dengan jumlah penduduk kurang lebih 4.542. Desa Kamasan terkenal dengan komunitas seniman tradisional penghasil karya seni lukis wayang klasik. Di tengah potensinya sebagai desa seni, Desa Kamasan masih memiliki tantangan dalam perkembangan ekonomi dan industri yang membawa perubahan pada jenis pekerjaan dan kesempatan kerja, sehingga mengancam keberlangsungan hidup dan adat Desa Kamasan. Adapun masyarakat muda Kamasan cenderung memilih untuk mengejar pekerjaan modern, seperti pekerja kantoran atau perawat.



**Gambar 2.4. Lokasi Desa Kamasan**

Sumber: Asokawati, 2015 dan diolah kembali oleh Penulis, 2022

Tata ruang Desa Kamasan berdasar pada konsep kepercayaan Bali, yaitu Tri Hita Karana (Gambar 2.5). Tri Hita Karana sebagai konsep dapat ditemui dalam tata kota berupa penggunaan elemen hijau, kepercayaan yang disimbolkan melalui axis, dan kehidupan sosial desa. Selain itu, desa ini juga memperlihatkan identitasnya sebagai desa seni yang diimplementasikan pada distrik wilayah ekonomi, khususnya bidang seni.

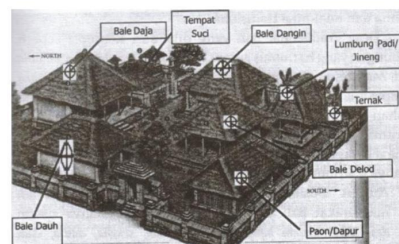


Pola ruang dan pola perumahan tradisional berdasarkan Tri Hita Karana:

- **Parahyangan (utama):**  
Tempat pemujaan kepada Tuhan/Sanghyang Widhi Wasa. Dalam tingkat daerah berupa Kahyangan Jagat, dalam 19 tingkat desa adat berupa Kahyangan Desa atau Kahyangan Tiga, dan dalam tingkat keluarga berupa Sanggah.
- **Pawongan (madya):**  
Hubungan antara manusia dan sesamanya. Dalam tingkat daerah merupakan seluruh umat hindu di Bali, dalam tingkat desa adat berupa krama desa adat, dan dalam tingkat keluarga ialah seluruh anggota keluarga.
- **Pelemahan (nista):**  
Tempat berinteraksi manusia dan alam tempat berpijak. Dalam tingkat daerah meliputi seluruh wilayah (khususnya Provinsi Bali), dalam tingkat desa adat berupa asengen bale agung, dan dalam lingkup keluarga berupa pekarangan perumahan.

Utamaning Nista	Utamaning Madya	Utamaning Utama
Madyaning Nista	Madyaning Madya	Madyaning Utama
Nistaning Nista	Nistaning Madya	Nistaning Utama

Pembagian Ruang Berdasarkan Sanga Mandala



Konsep Tri Hita Karana pada Tempat Tinggal

**Gambar 2.5. Konsep Tri Hita Karana**

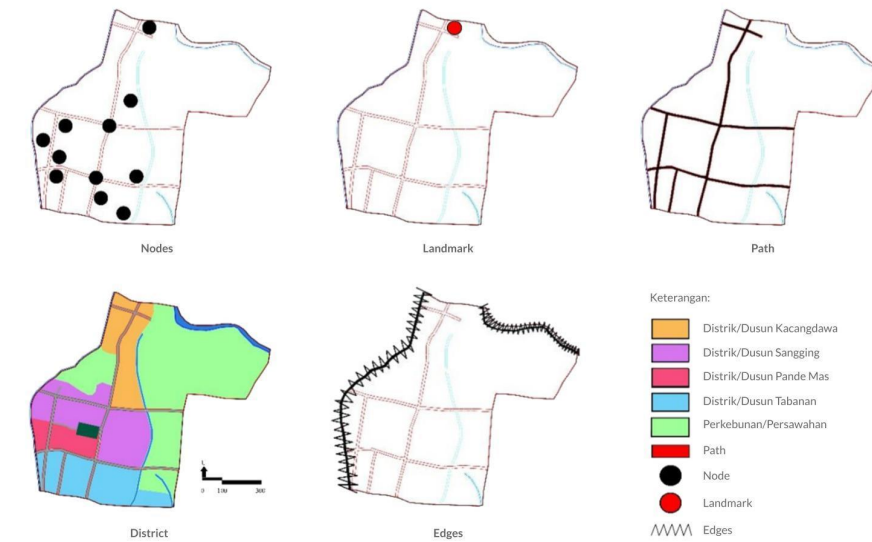
Sumber: Asokawati, 2015 dan diolah kembali oleh Penulis, 2022

Untuk mendukung keberhasilan, Desa Kamasan memiliki daya tarik utama yang terdapat dalam karya seni lukis tradisional wayang Bali yang memiliki *style* lukisan khas. Kekhasan tersebut menarik perhatian wisatawan, sehingga banyak yang datang khusus untuk belajar mengenai pembuatan lukisan tersebut. Selain seni lukis wayang, Desa Kamasan memiliki daya tarik lain, yaitu seni ukir emas-perak dan selongsongan peluru khas Kamasan. Adapun Desa Kamasan juga terkenal akan produksi kain tenun dan produksi uang kepeng. Didukung dengan kualitas ruang desa berdasarkan konsep Tri Hita Karana juga menjadi daya tarik desa ini.

Selain daya tarik, Desa Kamasan memiliki fasilitas, berupa fasilitas penginapan (*homestay*). *Homestay* ini yang memfasilitasi wisatawan yang hendak berlama-lama di Desa Kamasan. Biasanya, *homestay* digunakan oleh wisatawan yang ingin belajar mengenai lukisan wayang khas Kamasan. Selain fasilitas menginap, juga terdapat fasilitas pendukung lainnya, yaitu tempat makan dan toko souvenir. Desa Kamasan juga dilengkapi dengan suasana lingkungan yang bersih dan terawat jika dibandingkan dengan desa lainnya.

Dalam segi aksesibilitas, lokasi Desa Kamasan strategis karena dekat Semarang sebagai ibu kota kabupaten dan dekat Denpasar sebagai ibu kota provinsi. Lokasi yang strategis ini dapat mengatasi kekurangan fasilitas desa, seperti restoran besar, bank, dan rumah sakit. Desa Kamasan dapat dicapai melalui 9 titik pintu masuk. Pintu masuk desa tersebut cenderung berlokasi di daerah pusat ekonomi, yaitu pusat desa sebagai pusat seni wayang klasik dan daya tarik lainnya.

Dengan optimalnya ketiga parameter keberhasilan, yaitu daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas, Desa Kamasan telah berhasil menjadi destinasi wisata. Keberhasilan desa ini juga terjadi karena “*well-planned*” berdasarkan konsep filosofi Tri Hita Karana. Terlebih, perancangan Desa Kamasan juga mengacu pada teori perkotaan, yaitu *nodes*, *landmark*, *path*, *district*, dan *edge* (Gambar 2.6).



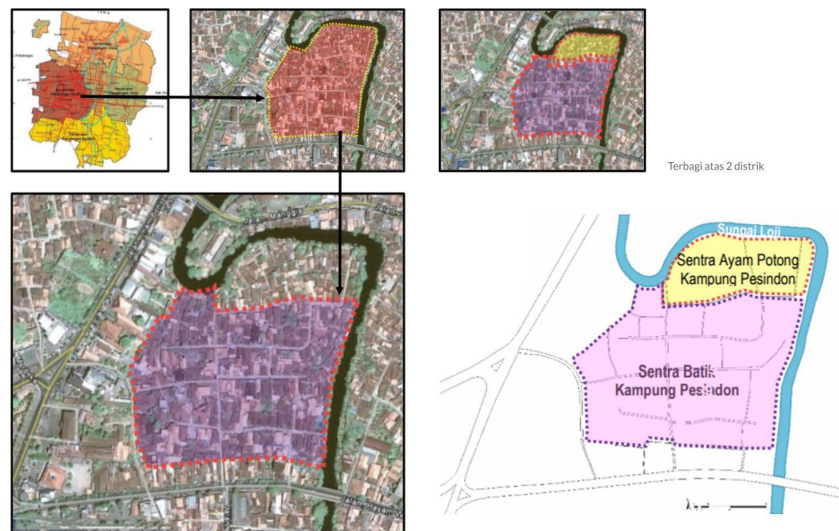
**Gambar 2.6. Penerapan Teori Perkotaan di Desa Kamasan**  
 Sumber: Asokawati, 2015 dan diolah kembali oleh Penulis, 2022

### 2.3.2 Kampung Batik Pesindon



**Gambar 2.7. Kampung Batik Pesindon**  
 Sumber: Angga Panji W, 2015

Kampung Batik Pesindon (Gambar 2.7) merupakan salah satu kampung kota berkarakter khas batik yang juga sebagai warisan budaya lokal. Kampung batik ini terletak di kawasan yang bercitra *The World City of Batik*, tepatnya di Kergon, Pekalongan Barat (Gambar 2.8). Kampung batik ini diapit oleh dua jalan utama, yaitu Jl. Imam Bonjol dan Jl. Hayam Wuruk dengan luas total 8.74 hektar. Di tengah potensinya sebagai destinasi wisata budaya, Kampung Batik Pesindon masih memiliki tantangan, yaitu pada perubahan tata ruang permukiman dari kampung kota menjadi kampung wisata batik. Selain itu, masih terdapat ancaman dari luar yang memengaruhi produksi batik sebagai identitas utama kampung, terutama kompetitor tekstil dengan teknologi modern.



**Gambar 2.8. Lokasi Kampung Batik Pesindon**

Sumber: Zulfida, 2014 dan diolah kembali oleh Penulis, 2022

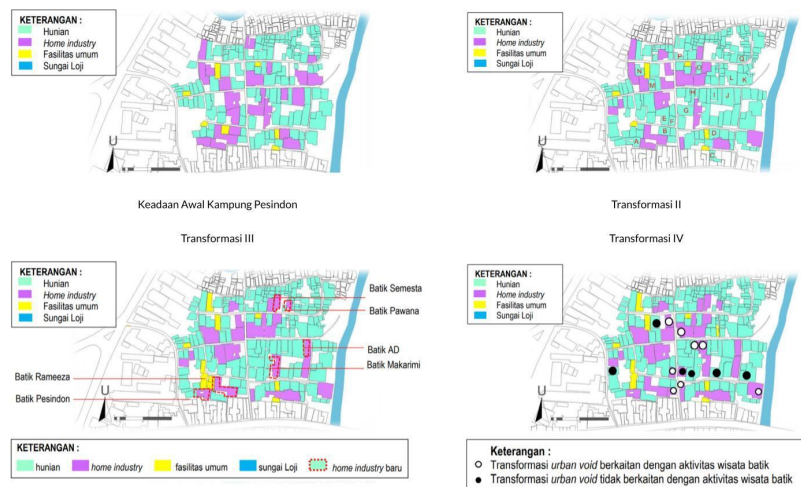
Kampung Batik Pesindon mengedepankan identitas atau ciri khas kampung batik yang ditandai dengan banyak tempat yang berhubungan dengan batik. Adapun objek wisata ini mengalami transformasi untuk meningkatkan identitas kampung (Gambar 2.9). Mulanya, transformasi tersebut tercipta akibat adanya fenomena, seperti banjir rob dan keterpurukan

batik tulis akibat kalah bersaing dengan batik cap atau sablon pada masanya. Transformasi tersebut terdapat pada perubahan *urban solid-void*, penambahan fungsi pendukung destinasi wisata kampung batik, dan transformasi kualitas jalan. Setelah mengalami keterpurukan, Kampung batik Pesindon mengalami masa peningkatan setelah dicanangkan menjadi kampung batik Pekalongan oleh pemerintah Kota Pekalongan.

Transformasi Figure Ground Kampung Pesindon

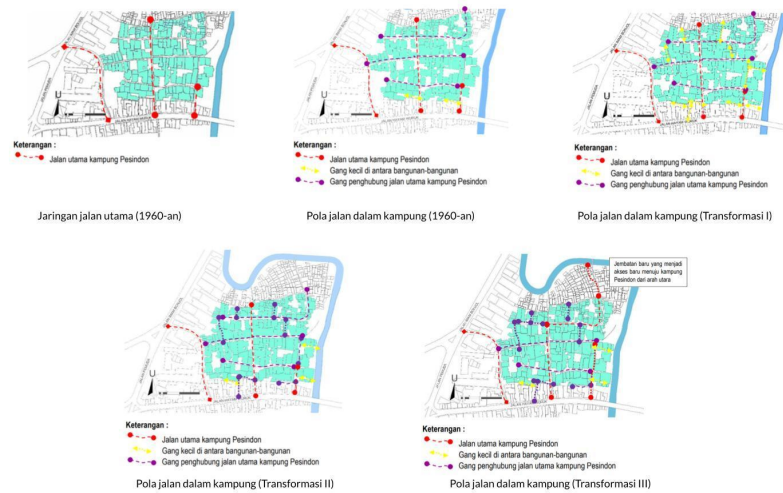


Transformasi Fungsi Kampung Pesindon



N U S A N T A R A

#### Perkembangan Pola Jalan Kampung Pesindon



**Gambar 2.9. Transformasi yang terjadi di Kampung Batik Pesindon**

Sumber: Zulfida, 2014 dan diolah kembali oleh Penulis, 2022

Daya tarik utama Kampung Batik Pesindon terdapat dalam produk khas kampung, yaitu batik hasil *home industry*. Untuk menunjang daya tariknya, maka beberapa *home industry* membuat *showroom* batik untuk memperlihatkan hasil produksinya secara langsung. Daya tarik lain Kampung Batik Pesindon terdapat dalam suasana kampung yang “instagramable”. Selain itu, Kampung ini juga telah berkolaborasi marketing toko batik melalui media internet. Adapun di sekitar kampung batik juga terdapat landmark, sehingga membuat Kampung Batik Pesindon mudah dicari oleh wisatawan.

Untuk mendukung fungsinya sebagai destinasi wisata kampung budaya, Kampung Batik Pesindon memiliki fasilitas yang meliputi telecenter sebagai pusat informasi wisatawan. Telecenter ini berlokasi di tengah kampung dan berdampingan dengan rumah warga serta sumur pompa umum. Selain telecenter, juga terdapat fasilitas lain, yaitu fasilitas ibadah, yaitu mushola. Fasilitas edukasi, yaitu pendidikan anak usia dini, taman kanak-kanak dan sekolah dasar. Adapun terdapat balai pengobatan, sumur atau MCK umum, dan tempat makan.

Kampung Batik Pesindon dapat diakses melalui 5 titik, yaitu satu titik dari Jl. Imam Bonjol dan empat titik lainnya dari Jl. Hayam wuruk. Hal ini membuat akses Kampung Batik Pesindon menjadi mudah karena dapat dijangkau dari jalan utama. Akses di dalam Kampung Batik Pesindon terbagi atas gang-gang yang tercipta karena adanya rumah warga. Gang tersebut menghubungkan keseluruhan bagian kampung dengan axis yang jelas. Adapun akses ini semakin banyak pasca transformasi.

Berdasarkan komponen keberhasilan, yaitu daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas, Kampung Batik Pesindon telah berhasil menjadi destinasi wisata budaya terlebih setelah sempat mengalami keterpurukan. Keberhasilan Kampung Batik Pesindon terjadi akibat adanya transformasi *urban solid-void*, fungsi bangunan, dan kualitas jalan karena adanya fenomena atau peristiwa. Transformasi tersebut membawa dampak dan perubahan ke arah yang lebih baik hingga berhasil menjadi destinasi wisata kampung budaya

### 2.3.3 Gamcheon Cultural Village



Gambar 2.10. Gamcheon Cultural Village

Sumber: wowabouts, 2018

Gamcheon Cultural Village dikenal sebagai desa budaya yang menjadi destinasi wisata. Gamcheon Cultural Village terletak di Busan, Korea Selatan dengan luas total 62 hektar. Sekitar 9.677 penduduk desa menghuni Gamcheon Cultural Village dengan total rumah kurang lebih 4.500. Dulunya, Gamcheon merupakan salah satu desa perkotaan miskin. Namun, desa ini terus berkembang dalam waktu yang cepat hingga menjadi destinasi wisata. Seiring dengan perkembangan Gamcheon sebagai desa wisata budaya, wisatawan yang datang juga semakin banyak.

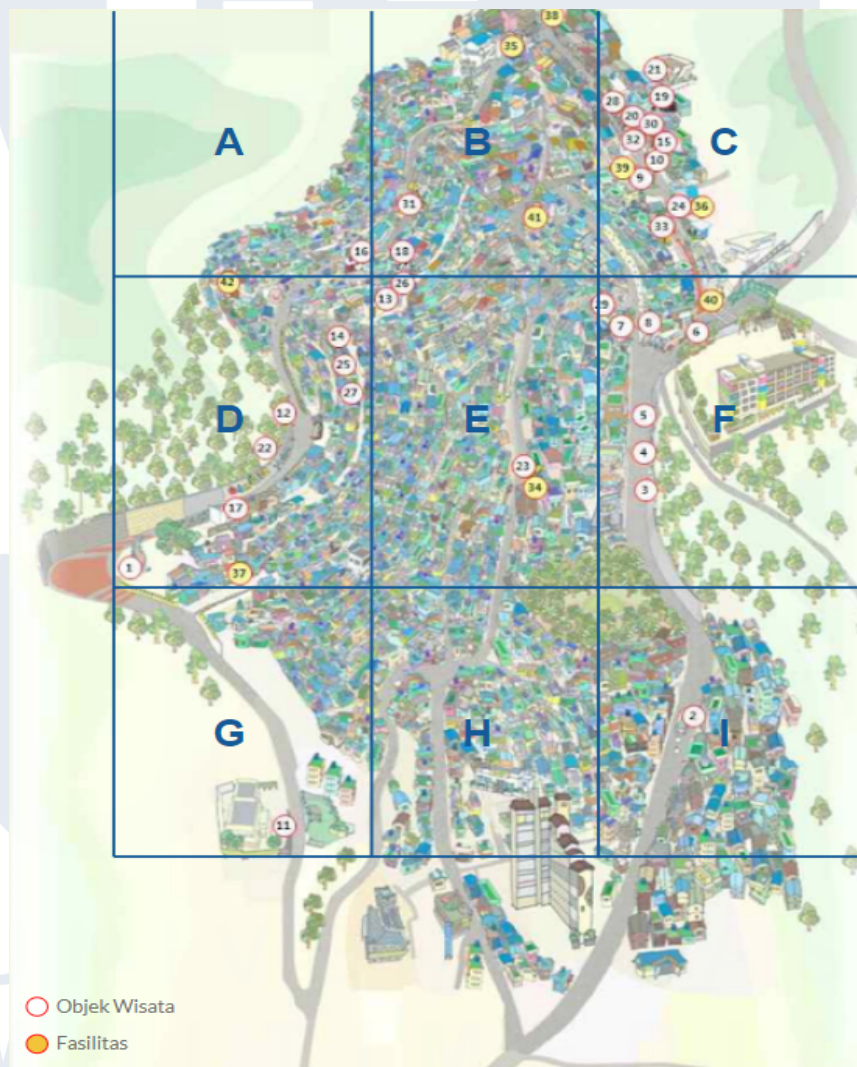
Konsep desa budaya Gamcheon, khususnya sebagai desa seni diimplementasikan melalui objek wisata yang beragam dan mengedepankan unsur seni. Unsur seni tersebut membuat konsep kawasan menjadi terlihat. Adapun konsep desa seni juga diimplementasikan dalam daya tarik arsitektur, kualitas ruang, dan pemandangan yang khas serta menunjukkan identitas sebagai desa seni. Gamcheon Cultural Village memiliki daya tarik yang tinggi karena terdapat banyak objek wisata yang berkaitan dengan identitas desa sebagai desa seni. Banyaknya objek tersebut membuat wisatawan yang datang memiliki tujuan yang jelas untuk singgah. Terlebih, kualitas Gamcheon yang “instagramable” menambah daya tarik desa.

Gamcheon Cultural Village juga dilengkapi dengan fasilitas. Fasilitas tersebut meliputi *tourism information center* (TIC) yang menyediakan informasi mengenai Gamcheon. TIC ini juga dijadikan sebagai tempat penyebaran brosur dan peta panduan wisata di Gamcheon Cultural Village. Selain TIC, terdapat fasilitas lainnya, yaitu museum, cafe dan restoran, toko-toko yang menjual kerajinan tangan dan souvenir, *workshop*, *stamp zone*, dan *guest house* sebagai elemen penambah daya tarik wisatawan.

Keberhasilan Gamcheon juga tidak terlepas dari adanya akses yang mudah. Akses tercipta saling terhubung satu dengan yang lainnya menyebabkan aksesibilitas yang mudah. Adapun pintu masuk Gamcheon terdiri dari 6 titik, sehingga mudah untuk dicapai. Akan tetapi, desa ini

memiliki titik rekomendasi untuk masuk, yaitu melalui titik TIC. Adapun rute tersebut disesuaikan dengan peletakan objek wisata Gamcheon.

Selain keberhasilan terhadap daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas, Keberhasilan Gamcheon Cultural Village terjadi terutama karena adanya transformasi. Transformasi tersebut mengubah Gamcheon kumuh menjadi destinasi wisata. Adapun Gamcheon juga menggunakan pendekatan teori perancangan kota, yaitu *nodes* (Gambar 2.11) sebagai strategi perancangan dan penempatan objek wisata.

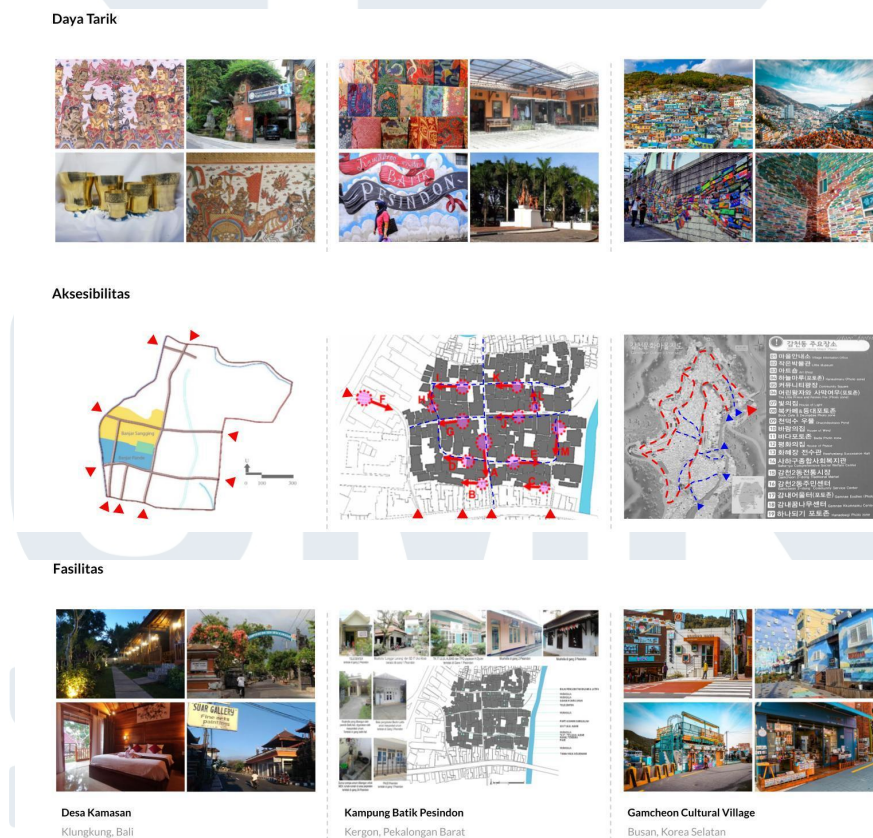


**Gambar 2.11. Peta Perjalanan Gamcheon Cultural Village (*nodes*)**

Sumber: Yeunsook Lee dan Jaehyun Park, 2014

## 2.4 Kesimpulan dan Pembelajaran Studi Preseden

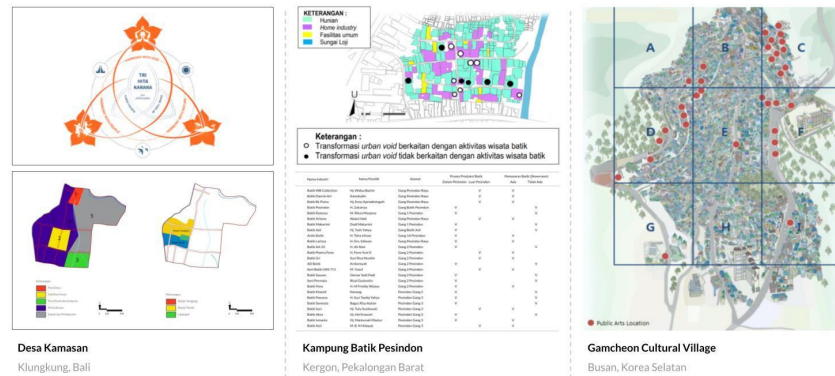
Berdasarkan studi preseden, terdapat tiga komponen acuan yang memengaruhi keberhasilan destinasi wisata, yaitu daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas (Gambar 2.12). Setiap komponen dari ketiga parameter tersebut memiliki kesamaan dan keterhubungan dengan mengedepankan konsep dan identitas destinasi wisata. Biasanya, konsep dan identitas wisata akan terlihat melalui elemen daya tarik kawasan (Gambar 2.13). Akan tetapi, elemen daya tarik tersebut tidak bisa berdiri sendiri dan membutuhkan komponen pendukung lainnya, yaitu fasilitas dan aksesibilitas. Selain konsep, terdapat hal lain yang menjadi fokus perancang, yaitu penyelesaian masalah melalui penggunaan teori perancangan. Dalam studi preseden penulis, rata-rata perancang kawasan wisata menggunakan teori transformasi dan perkotaan, yaitu *nodes*, *district*, *path*, *landmark*, dan *edge* (Gambar 2.14).



**Gambar 2.12. Komparasi Hasil Parameter Keberhasilan Pariwisata**

Sumber: Penulis, 2022

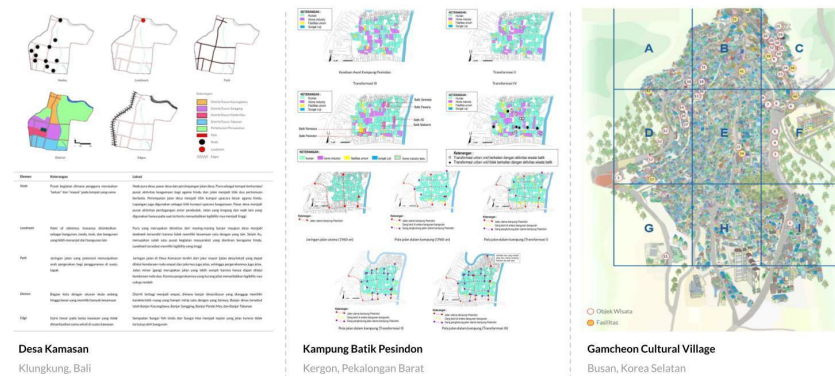
Penerapan Konsep Kawasan ke Konsep Rancangan



Gambar 2.13. Komparasi Hasil Penerapan Konsep Kawasan

Sumber: Penulis, 2022

Problem Solving dengan Pendekatan Teori



Gambar 2.14 Komparasi Hasil Teori Problem Solving Melalui Teori

Sumber: Penulis, 2022

Dari studi preseden yang telah dilakukan, penulis menemukan poin utama dari setiap komponen keberhasilan melalui diagram keterhubungan (Gambar 2.15), yaitu:

1. Daya tarik

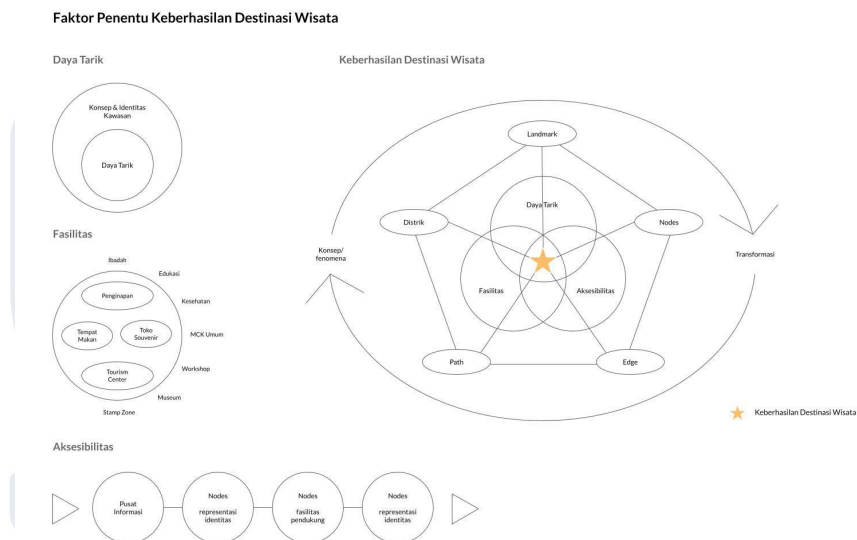
Di dalam suatu destinasi wisata, terdapat konsep dan identitas kawasan yang di dalamnya memiliki elemen daya tarik. Dalam kata lain, elemen daya tarik mencerminkan konsep dan menentukan identitas kawasan.

## 2. Fasilitas

Fasilitas dalam destinasi wisata berbeda sesuai dengan konsep kawasan. Namun pada umumnya, kawasan destinasi wisata budaya memiliki penginapan, tempat makan, toko souvenir, dan *tourism center*. Fasilitas lainnya yang sifatnya dapat ditambahkan adalah fasilitas ibadah, edukasi, kesehatan, mck umum, workshop, museum, dan *stamp zone*.

## 3. Aksesibilitas

Aksesibilitas yang mudah memengaruhi keberhasilan destinasi wisata. Akan tetapi, akses yang memiliki cerita perjalanan semakin meningkatkan keberhasilan destinasi wisata. Pada umumnya, perjalanan dari akses meliputi pusat informasi atau *tourism center*, *nodes* yang merepresentasikan identitas, *nodes* yang menjadi fasilitas pendukung, dan diakhiri dengan *nodes* yang merepresentasikan identitas kembali. Proses perjalanan dari akses ini dapat menciptakan rasa puas dan senang wisatawan dan klimaks tertentu, sehingga wisatawan ingin datang kembali.



Gambar 2.15. Isolate Diagram Hasil Studi Preseden

Sumber: Penulis, 2022

Berdasarkan poin yang penulis sudah jelaskan, dapat diambil suatu kesimpulan (Gambar 2.14), bahwa suatu destinasi wisata memiliki terikat dengan konsep dan transformasi karena adanya fenomena tertentu. Adapun keberhasilan destinasi wisata terjadi jika terdapat keterhubungan antara parameter keberhasilan destinasi wisata (daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas) dengan teori perancangan perkotaan (*nodes, district, path, landmark, dan edge*).

