

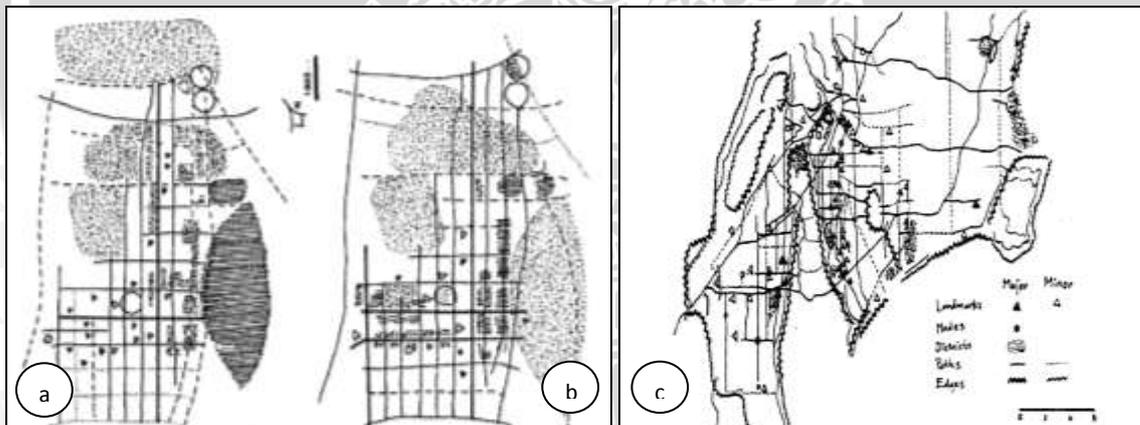
## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Tentang Citra kawasan

##### 2.1.1 Elemen Citra Kota

Menurut Zhand, M. (2006) Teori mengenai citra kota sering disebut sebagai *milestone*, suatu teori penting dalam perancangan kota, karena sejak tahun 1960-an. Teori citra kota mengarahkan pandangan perancangan kota ke arah yang memperlihatkan pikiran terhadap kota dari orang yang hidup di dalamnya. Teori-teori berikutnya sangat dipengaruhi oleh teori tokoh ini. Teori ini diformulasikan oleh Kevin Lynch, seorang tokoh peneliti kota. risetnya didasarkan pada citra mental jumlah penduduk dari kota tersebut. Dalam risetnya ia menemukan betapa pentingnya citra mental itu karena citra yang jelas akan memberikan banyak hal yang sangat penting bagi masyarakatnya, seperti kemampuan untuk berorientasi dengan mudah dan cepat disertai perasaan nyaman karena tidak merasa tersesat, identitas yang kuat terhadap suatu tempat, dan keselarasan hubungan dengan tempat-tempat yang lain.

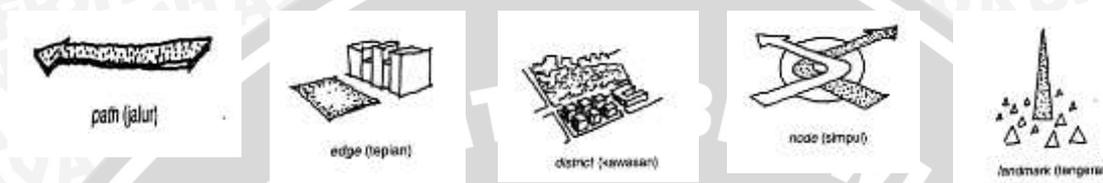


#### Keterangan :

- a. Gambar a merupakan gambar dari citra kota Los Angeles berdasarkan data-data wawancara dengan penghuninya
  - b. Gambar b merupakan citra kota Los Angeles berdasarkan sketsa-sketsa penghuninya
  - c. Gambar c merupakan citra kota Boston yang digambar sesuai teori Kevin Lynch
- Kevin Lynch mengamati bahwa tiga potensi ini lebih mudah ditemukan di beberapa kota (misalnya Boston, Amerika Serikat), sedangkan sulit di kota-kota lainnya (misalnya New Jersey, Amerika Serikat). Jika dibandingkan perbedaan masing-masing peta kota tidak begitu besar namun kenyataannya kebanyakan orang akan memakai

kriteria-kriteria lain untuk mengingat identitas, struktur, dan arti kawasan perkotaan daripada peta kota. Kriteria-kriteria umum yang dipakai oleh masyarakat adalah citra terhadap tempatnya.

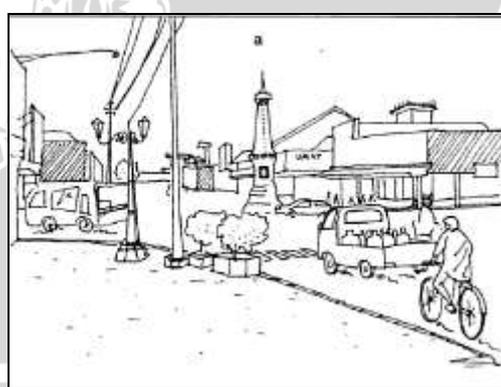
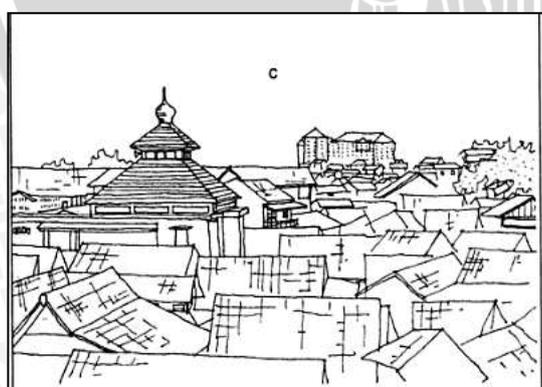
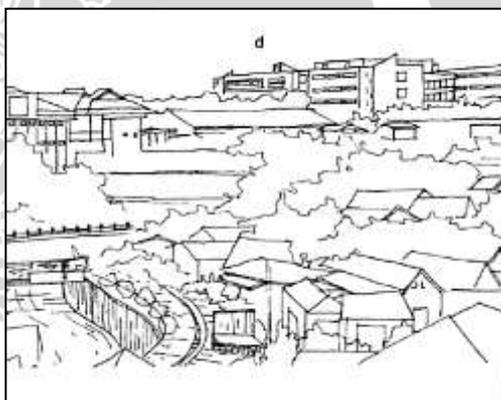
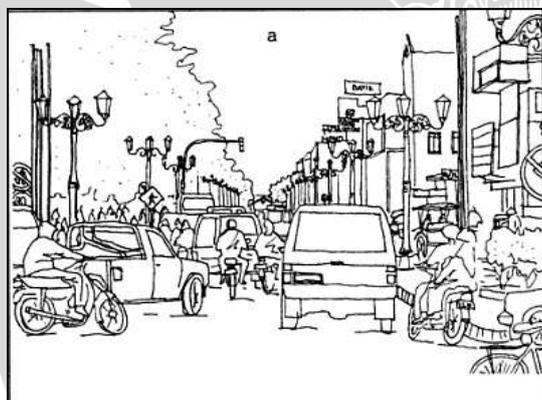
Lima elemen citra kota menurut Kevin Lynch citra kota dapat dibagi dalam lima elemen yaitu : *path* (jalur), *edge* (tepi), *district* (kawasan), *node* (simpul) serta *landmark* (tengaran). Setiap elemen citra tersebut akan dijelaskan satu demi satu serta diilustrasikan salah satu contoh keadaannya dalam satu kota di Indonesia, yaitu Yogyakarta. Berikut penjelasan dari masing-masing elemen citra kawasan :

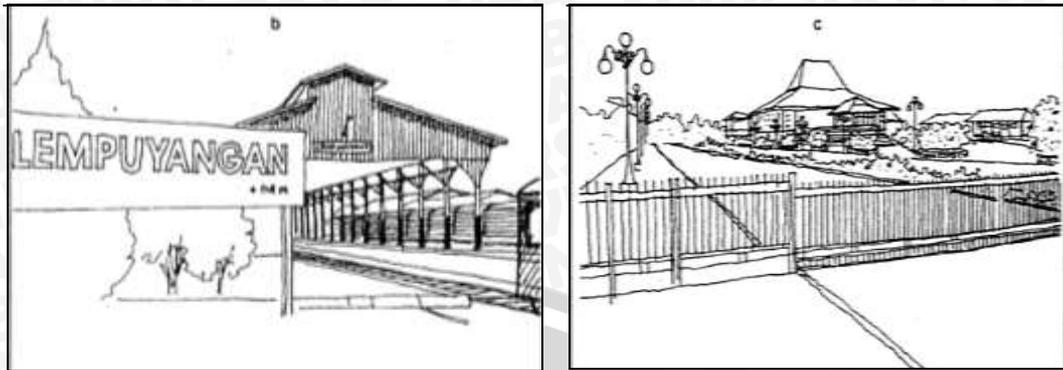


- a. *Path* (jalur) adalah elemen yang paling penting dalam citra kota. Kevin Lynch menemukan dalam risetnya bahwa jika identitas elemen ini tidak jelas, maka kebanyakan orang meragukan citra kota secara keseluruhan. *Path* merupakan rute-rute sirkulasi yang biasanya digunakan orang untuk melakukan pergerakan secara umum, yakni jalan, gang-gang utama, jalan transit, lintasan kereta api, saluran dan sebagainya. *Path* mempunyai identitas yang lebih baik jika memiliki tujuan yang besar (misalnya ke stasiun, tugu, alun-alun, dan lain-lain), serta ada penampakan yang kuat (misalnya fasad, pohon, dan lain-lain), atau ada belokan yang jelas.
- b. *Edge* (tepi) adalah elemen linear yang tidak dipakai/dilihat sebagai *path*. *Edge* berada pada batas antara dua kawasan tertentu dan berfungsi sebagai pemutus linear, misalnya pantai, tembok, batasan antara lintasan kereta api, topografi dan sebagainya. *Edge* lebih bersifat refrensi daripada misalnya elemen sumbu yang bersifat koordinasi (*linkage*). *Edge* merupakan penghalang walaupun kadang-kadang ada tempat untuk masuk. *Edge* merupakan pengakhiran dari sebuah *district* atau batasan sebuah *district* dengan yang lainnya. *Edge* memiliki identitas yang lebih baik jika kontinuitas tampak jelas batasnya. Demikian pula fungsi batasnya harus jelas : membagi atau menyatukan.
- c. *District* (kawasan) merupakan kawasan-kawasan kota dalam skala dua dimensi. Sebuah kawasan *district* memiliki ciri khas yang mirip (bentuk, pola, dan wujudnya) dan khas pula dalam batasnya, dimana orang merasa harus mengakhiri atau memulainya. *District* dalam kota dapat dilihat sebagai refrensi

interior maupun eksterior. *District* mempunyai identitas yang lebih baik jika batasnya dibentuk dengan jelas tampilannya dan dapat dilihat homogeny, serta fungsi dan posisinya jelas (introver/ekstrover atau berdiri sendiri atau dikaitkan dengan yang lain).

- d. *Node* (simpul) merupakan simpul atau lingkaran daerah strategis dimana arah atau aktivitasnya saling bertemu dan dapat diubah ke arah atau aktivitas lain, misalnya persimpangan lalu lintas, stasiun, lapangan terbang, jembatan, kota secara keseluruhan dalam skala makro besar, pasar, taman, *square*, dan sebagainya. (catatan : tidak setiap persimpangan jalan adalah sebuah *node*. Yang menentukan adalah citra kota terhadapnya. *Node* adalah satu tempat dimana orang mempunyai perasaan “masuk” dan “keluar” dalam tempat yang sama. *Node* mempunyai identitas yang lebih baik jika tempatnya memiliki bentuk yang jelas (karena lebih mudah diingat), serta tampilan berbeda dari lingkungannya (fungsi dan bentuk). Berikut merupakan gambar dari *node* yang digambarkan :





- e. *Landmark* (tengeran) merupakan titik referensi seperti elemen node, tetapi orang tidak masuk ke dalamnya karena bisa dilihat dari luar letaknya. *Landmark* adalah elemen eksternal dan merupakan bentuk visual yang menonjol dari kota, misalnya gunung atau bukit, gedung tinggi, menara, tanda tinggi, tempat ibadah, pohon tinggi, dan sebagainya. Beberapa *landmark* letaknya dekat sedangkan yang lain jauh sampai luar kota. beberapa *landmark* hanya mempunyai arti di daerah kecil dan dapat dilihat hanya daerah itu saja, sedangkan *landmark* lain mempunyai arti untuk keseluruhan kota dan bisa dilihat dari arah mana saja. *Landmark* adalah elemen penting dari bentuk kota karena membantu orang untuk mengorientasikan diri di dalam kota dan membantu orang mengenali suatu daerah. *Landmark* mempunyai identitas yang lebih baik jika bentuknya jelas dan unik dalam lingkungannya, da nada sekuens dari beberapa *landmark* (merasa nyaman dalam orientasi), serta ada perbedaan skala masing-masing.

## 2.2 Peta Mental

Menurut M. Syaom Barliana, D. C. (2014) Secara harfiah citra kota dapat diartikan sebagai kumpulan dari interaksi sensorik langsung pengamat dengan kotanya, yang diimplementasikan melalui sistem nilai pengamat dan diakomodasikan kedalam penyimpanan memori dimana input dari sumber tak langsung sama pentingnya (Pocock & Hudson, 1978). Citra terkait dengan ruang (kota) yang dipersepsikan dengan rasa atau pikiran seseorang. Selanjutnya, Pocock & Hudson menyatakan beberapa karakteristik dari sebuah citra adalah sebagai berikut : citra merupakan sebagai representasi parsial dan sederhana; citra umumnya skematis atau dibentuk secara fisik atau social. Objek yang menimbulkan citra tersebut tidak perlu memiliki bentuk yang sama terhadap lingkungannya; citra merupakan “*Idiosyncratic*” atau dengan kata lain setiap orang akan memiliki respon atau citra yang berbeda terhadap sesuatu hal yang sama.

Menurut David Stea dalam Launrens, J. M. (2004) Peta mental sebagai suatu proses yang memungkinkan kita mengumpulkan, mengorganisasikan, menyimpan dalam ingatan, memanggil, serta mengurai kembali informasi tentang lokasi relative dan tanda tentang lingkungan geografis. Semua informasi yang diperoleh disimpan dalam suatu sistem struktur yang selalu dibawa dalam benak seseorang, dan sampai batas tertentu struktur ini berkaitan dengan lingkungan yang diwakilinya. Peta mental ini merupakan kumpulan pengalaman mental seseorang, bukan merupakan peta kartografi yang akurat dan lengkap sehingga tidak dalam ukuran yang benar, tidak lengkap, ada distorsi, dan sederhana.

Sebagai contoh. Seorang mahasiswa A mengundang teman-temannya untuk hadir pada pesta di rumahnya. Temannya B belum pernah ke rumah A dan menanyakan jalan untuk sampai ke rumah A tersebut. lalu A menjelaskan dengan menyebutkan arah, bangunan, dan perempatan tempat harus berbelok ke kanan atau ke kiri; B yang sudah lama tinggal sekota dengannya bisa memahami maksud A dan bisa menemukan rumah A tanpa kesulitan. Akan tetapi C yang baru pindah ke kota tersebut tidak mengerti apa yang dikatakan oleh A sehingga A perlu menggambarkan peta. Dengan berbekal peta tersebut tidak mudah bagi C untuk menemukan rumah A karena banyak hal yang tidak sesuai dengan kenyataan. Yang dilakukan oleh A,B, dan C merupakan suatu proses aktif karena bukan hanya indra penglihatan yang berfungsi melainkan juga indra-indra yang lainnya. Peta mental adalah perwujudan dan gejala persepsi terhadap lingkungan. Perbedaan peta mental dengan kenyataan ini menunjukkan bahwa peta mental sangat subjektif. Apa yang dirasakan penting oleh seseorang akan digambarkan dengan jelas, berukuran besar, dan sebaiknya sesuatu yang dianggapnya kurang penting. Karena peta mental merupakan peta pengalaman bukan peta berdasarkan ukuran yang presisi.

Peta mental juga berfungsi sebagai media persepsi, peta mental memungkinkan orang menandai, menstrukturisasikan dan menyimpan informasi visual dan spasial, dan mengatur responnya terhadap objek yang dilihatnya melalui pengalamannya, *mental image* menjadi pengukur signifikansi lingkungan bagi hidup seseorang.

### 2.3 Bangunan Bersejarah

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya menyatakan bahwa: Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Bangunan Cagar

Budaya, Situs Cagar Budaya, Kawasan Cagar Budaya di darat/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya menyatakan bahwa: Bangunan Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap. Hal tersebut menjelaskan bahwa bangunan cagar budaya merupakan cagar budaya yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah. Pelestarian bangunan cagar budaya yang memiliki nilai penting bagi sejarah didasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya, lingkup pelestarian cagar budaya meliputi:

1. Pelindungan, merupakan upaya mencegah dan menanggulangi dari kerusakan, kehancuran, atau kemusnahan dengan cara Penyelamatan, Pengamanan, Zonasi, Pemeliharaan, dan Pemugaran Cagar Budaya.
2. Pengembangan, merupakan peningkatan potensi nilai, informasi, dan promosi Cagar Budaya serta pemanfaatannya melalui penelitian, revitalisasi, dan adaptasi secara berkelanjutan serta tidak bertentangan dengan tujuan pelestarian.
3. Pemanfaatan, merupakan pendayagunaan Cagar Budaya untuk kepentingan sebesar-besarnya kesejahteraan rakyat dengan tetap mempertahankan kelestariannya.

Cagar budaya sebagai sumber daya budaya memiliki sifat rapuh, unik, langka, terbatas, dan tidak terbarui, sehingga dalam rangka menjaga Cagar Budaya dari ancaman pembangunan fisik, baik di wilayah perkotaan, pedesaan, maupun yang berada di lingkungan air, diperlukan perlindungan, pengembangan dan pemanfaatannya. Menurut Francis B. Affandi, bangunan bersejarah ialah Bangunan yang berumur 50 (lima puluh) tahun atau lebih, yang kekunoannya atau *antiquity* dan keasliannya telah teruji. Demikian pula ditinjau dari segi estetika dan seni bangunan, memiliki mutu cukup tinggi (*master piece*) dan mewakili gaya corak-bentuk seni arsitektur yang langka. Bangunan atau monument tersebut tentu bisa mewakili zamannya dan juga mempunyai arti dan kaitan sejarah dengan kota, maupun peristiwa nasional/internasional. Berdasarkan uraian di atas yang dimaksud dengan bangunan bersejarah adalah bangunan yang memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan dan

kebudayaan serta mempunyai kaitannya dengan peristiwa nasional maupun internasional. Memiliki sifat rapuh, unik, langka, terbatas, dan tidak terbaru, sehingga dalam rangka menjaga Cagar Budaya dari ancaman pembangunan fisik, baik di wilayah perkotaan, pedesaan, maupun yang berada di lingkungan air, diperlukan perlindungan, pengembangan dan pemanfaatannya.

#### 4. Fungsi dan Manfaat Bangunan Bersejarah

Bangunan bersejarah mempunyai fungsi sosial dan budaya yaitu sebagai tempat melakukan kegiatan sosial dan budaya yang meliputi bangunan gedung pelayanan pendidikan, sosial dan budaya. Ada beberapa fungsi dan manfaat dari bangunan bersejarah tersebut, diantaranya :

##### a. Objek Pariwisata

Bangunan berarsitektur lama dan menjadi tanda untuk menentukan tahun periode perkembangan arsitektur di Jawa Barat, dapat dijadikan sumber objek wisata yang dapat menghasilkan devisa bagi daerahnya.

##### b. Objek Penelitian dari Berbagai Disiplin Ilmu

Bangunan-bangunan yang tersebar di beberapa lingkungan/ pelosok kota adalah sumber ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan objek penelitian bagi perkembangan dari berbagai disiplin ilmu, baik itu untuk ilmu sejarah, bagaimana dan sejak kapan arsitektur itu berkembang di daerah ini, atau dengan bangunan itu dapat berbicara tentang lingkup sejarah pada masa itu hingga sekarang. Karena bangunan merupakaninggalan yang sangat berharga sebagai peninggalan sejarah yang telah ada.

##### c. Sumber Devisa yang Dapat Menambah Pendapatan Daerah

Banyaknyainggalan bangunan bersejarah di daerah tertentu, dapat menjadikan sebagai objek wisata yang menarik para wisatawan yang pada akhirnya dapat menambah devisa, guna meningkatkan daya tarik para wisatawan, penataan dan pemeliharaan kembali bangunan-bangunan bersejarah perlu dilestarikan dan dikembangkan, dengan adanya sedikit catatan mengenai sejarah bangunan tersebut hal ini akan menarik perhatian orang.

##### d. Pengayoman Budaya Daerah Setempat

Bangunan-bangunan kuno yang ada berarsitektur indah dapat dijadikan aset bagi daerahnya dan menjadikan ciri mandiri dari kota itu sendiri, sehingga

sebuah kota yang penuh dengan bangunan kuno yang terpelihara dengan baik adalah cermin budaya masyarakatnya yang sekaligus pula menjadi ciri kebanggaan daerah setempat, karena bangunan bersejarah adalah sumber sejarah yang dapat dan mampu berbicara apa adanya sesuai dengan perjalanan waktu. Bangunan bersejarah dapat dimiliki oleh setiap orang dengan tetap memperhatikan fungsi sosialnya dan sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya. Hal tersebut dalam artian tetap melaksanakan kewajibannya untuk melindungi dan memelihara benda cagar budaya

tersebut. Pemanfaatan bangunan bersejarah yang dilindungi dan dilestarikan dilakukan oleh pemilik dan/atau pengguna sesuai dengan kaidah pelestarian dan klasifikasi bangunan yang dilindungi dan dilestarikan serta sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hal ini menjelaskan bahwa bangunan gedung dan/atau lingkungannya yang telah ditetapkan menjadi cagar budaya akan dimanfaatkan untuk kepentingan agama, sosial, pariwisata, pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan.

## **2.4 Usaha Jasa Pariwisata**

Menurut buku Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata (Kesrul, 2003) terdapat beberapa definisi pariwisata dan fasilitas pariwisata, perjalanan pariwisata serta lingkup perjalanan wisata yang akan di bahas dalam pembahasan pada sub bab berikut ini.

### **2.4.1 Definisi Pariwisata**

Menurut buku Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata (Kesrul, 2003) terdapat beberapa definisi pariwisata dari berbagai pendapat ialah sebagai berikut :

1. Menurut Undang-Undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari suatu kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
2. Menurut Hornby  
*Tour is a journey in which shorth are made at number of place, and the traveller finally returns to his or her own place.*

Wisata adalah sebuah perjalanan dimana seseorang dalam perjalanannya singgah sementara di beberapa tempat dan akhirnya kembali lagi ke tempat asal, yang merupakan tempat ia memulai perjalanan.

3. Menurut Prof. Hunziker dan Kraft (1942)

Wisata adalah keseluruhan hubungan dengan gejala-gejala yang timbul dari perjalanan/tinggalnya orang asing, dimana perjalanan tidak bersifat menetap atau dimaksudkan untuk mencari nafkah.

4. Menurut Norval dari Inggris

Wisata adalah kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan Bergeraknya penduduk asing di dalam/luar suatu negara/wilayah.

Dari keempat pengertian, wisata dapat dirumuskan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, yang bersifat sementara, untuk menikmati obyek dan atraksi di tempat tujuan. Artinya, wisata adalah kegiatan diluar kegiatan rutin sehari-hari, seperti bekerja atau sejenisnya.

Untuk membedakannya dengan perjalanan pada umumnya, wisata memiliki sifat-sifat khusus, sebagai berikut :

1. Tidak diolah dalam satu kemasan sebagaimana produk industri
2. Untuk mengkonsumsi produk pariwisata, konsumen harus mendatangi tempat wisata tersebut.
3. Komponen pariwisata merupakan mata rantai yang saling terkait, dan adakalanya mata rantai yang paling lemah merupakan mata rantai yang paling menentukan.
4. Berwujud pelayanan yang tidak dapat diukur seperti barang industry.
5. Tidak akan habis dikonsumsi.
6. Permintaan sangat dipengaruhi oleh faktor non ekonomi (politik, sikap masyarakat).

#### 2.4.2 Fasilitas Pariwisata

Menurut PP No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, pasal 25 huruf a, yang dimaksud dengan fasilitas pariwisata, yaitu fasilitas akomodasi; fasilitas rumah makan; fasilitas informasi dan pelayanan pariwisata, pusat informasi pariwisata; polisi pariwisata dan satuan tugas wisata; toko cinderamata, penunjuk arah/ papan informasi wisata/ rambu lalu lintas wisata.

Fasilitas wisata merupakan kelengkapan pendukung yang diperlukan untuk melayani wisatawan dalam menikmati kunjungan wisatanya. Semakin lengkap fasilitas yang dapat diberikan oleh daerah tujuan wisata akan meningkatkan daya tarik wisata. Prasarana/ infrastruktur adalah kelengkapan awal sebelum (*pra*) sarana/ fasilitas wisata dapat disediakan atau dikembangkan. Pengembangan fasilitas dan infrastruktur juga sangat penting karena dengan berkembangnya fasilitas dan infrastruktur, maka kenyamanan para wisatawan dapat terjamin. Menurut Suharso (2008:111), sarana/ fasilitas wisata dapat dibagi dalam tiga unsur pokok, yaitu:

1. Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Sarana yang termasuk dalam kelompok ini adalah *travel agent* atau *tour operator* perusahaan-perusahaan angkutan wisata, hotel, dan jenis akomodasi lainnya, restoran dan rumah makan lainnya, serta objek wisata dan atraksi wisata.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah menjadikan para wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Sarana yang termasuk dalam kelompok ini, seperti sarana olahraga dan lainnya.
3. Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjunginya. Sarana yang termasuk dalam kelompok ini antara lain *nightclub* dan *steambath*, *casino* dan *entertainment*, *souvenir shop* dan lain-lain.

**Tabel 2.1 Standar Kelayakan Menjadi Daerah Tujuan Wisata atau Destinasi**

No.	Kriteria	Standar
1	Objek	Terdapat salah satu unsur alam, sosial, atau budaya
2	Akses	Adanya jalan, kemudahan, rute, tempat parkir dan harga parkir yang terjangkau
3	Akomodasi	Adanya pelayanan penginapan (hotel, wisama, losmen dan lain-lain)
4	Fasilitas	Agen perjalanan, pusat informasi, salon, fasilitas kesehatan, pemadam kebakaran, hydrant, TIC ( <i>Tourist Information Centre</i> ), <i>Guiding</i> (pemandu wisata), plang informasi, petugas <i>entry</i> dan <i>exit</i>
5	Transportasi	Ada transportasi lokal yang nyaman, variatif menghubungkan akses masuk
6	<i>Catering service</i>	Pelayanan makanan dan minuman (restaurant, rumah makan, warung, dll)
7	Aktivitas rekreasi	Terdapat sesuatu yang dilakukan di lokasi wisata, seperti berenang,

No.	Kriteria	Standar
		berjemur, jalan-jalan, selancar, dan lain-lain
8	Pembelanjaan	Adanya tempat pembelian barang umum
9	Komunikasi	Adanya televisi, telepon umum, radio, sinyal telepon, penjual voucher dan internet akses
10	Sistem perbankan	Adanya bank (beberapa jumlah dan jenis bank dan ATM yang tersebar)
11	Kesehatan	Poliklinik, poli umum / jaminan ketersediaan pelayanan yang baik untuk penayakit yang diderita wisatawan
12	Keamanan	Adanya jaringan keamanan (petugas keamanan, polisi wisata, pengawas pantai, rambu-rambu perhatian, pengarah kepada wisatawan)
13	Kebersihan	Tempat sampah dan rambu peringatan tentang kebersihan
14	Sarana ibadah	Terdapat salah satu sarana ibadah bagi wisatawan
15	Sarana pendidikan	Terdapat salah satu sarana pendidikan formal
16	Sarana olahraga	Terdapat alat dan perlengkapan olahraga

Sumber: Lothar A. Kreck dalam Yoeti, 1992

### 2.4.3 Perjalanan Pariwisata

Menurut Gunn dalam (Pratama, 2011) Konsep ruang perjalanan pariwisata mempunyai beberapa komponen sebagai berikut:

1. Daerah asal wisatawan (*origin*)

Daerah asal wisatawan seperti halnya tempat tinggal wisatawan. Untuk pariwisata domestik/daerah tempat tinggal wisatawan bisa saja di dalam batas wilayah pengembangan, tetapi jumlahnya relatif lebih kecil dibandingkan jumlah wisatawan keseluruhan.

2. Pintu gerbang (*entrance*)

Pintu gerbang merupakan pintu masuk dan keluar wisatawan, jumlahnya adalah satu atau lebih, berupa pelabuhan udara, pelabuhan laut, kereta api, dan terminal bus.

3. Jalur penghubung (*circulation corridor*)

Jalur penghubung menyangkut pola pergerakan serta perjalanan pariwisata, yaitu prasarana dan sarana penghubung yang digunakan wisatawan untuk mencapai obyek wisata.

4. Lingkungan pariwisata (*destination zone*)

Lingkungan pariwisata merupakan pengelompokan obyek pariwisata beserta jalur internalnya.

Sedangkan untuk lingkungan pariwisata (*destination zone*) mempunyai beberapa komponen yaitu:

a. Pusat Pelayanan (*community*)

Merupakan pusat akomodasi, restoran, fasilitas olahraga, terminal, dan lain sebagainya. Disini wisatawan di distribusikan ke obyek yang ingin dikunjungi. Pusat pelayanan juga berfungsi sebagai pusat informasi, yaitu memberikan penerangan tentang obyek yang terdapat di lingkungan tersebut, cara pencapaian, sarana angkutan yang digunakan, dan sebagainya.

b. Gerbang masuk lingkungan (*gateway*)

Umumnya gerbang masuk lingkungan terdapat di pusat lingkungan (pusat pelayanan), berfungsi sebagai gerbang mencapai obyek pariwisata di lingkungan tersebut.

c. Konsentrasi obyek (*attraction complexes*)

Merupakan obyek dengan aneka jenis atraksi dan fasilitas maupun kesenian serta kelengkapan obyek yang dapat dinikmati wisatawan.

d. Jalur penghubung dan jaringan internal (*circulation corridor and linkage*)

Jalur penghubung digunakan wisatawan untuk mencapai gerbang lingkungan. Jaringan internal yaitu jalur penghubung yang digunakan wisatawan untuk mencapai obyek dari pusat pelayanan.

#### 2.4.4 Lingkup Perjalanan Wisata

Menurut Gunn dalam (Pratama, 2011) lingkup perjalanan pariwisata, dikenal adanya 3 unsur, yaitu:

1. Unsur pengelompokan daya tarik, yaitu unsur pemusatan obyek/atraksi wisata.
2. Unsur pengelompokan pusat pelayanan, yaitu unsur pemusatan jasa pelayanan.
3. Unsur perhubungan, yaitu adanya jalur jaringan jalan dan komunikasi yang menghubungkan setiap pemusatan obyek dan fasilitas pelayanan tersebut dengan suatu rangkaian pintu gerbang.

Dengan dasar pemikiran bahwa potensi pariwisata dapat menjadi obyek yang baik, bila obyek itu mudah dalam pencapaian serta dapat ditawarkan untuk dimanfaatkan, maka obyek ini tergantung pada faktor penentu lokasi pintu gerbang, jalur/sarana transportasi, kelengkapan sarana penunjang pariwisata yang semuanya dicerminkan oleh kemampuan wisatawan untuk tinggal. Ada 2 pendekatan yang digunakan, yaitu:

1. Pendekatan dari segi pencapaian digunakan untuk menggambarkan pola jangkauan wisata ke obyek. Pendekatan ini bertumpu pada daerah tertentu sebagai asal wisatawan dan penggunaan alat transportasi dan jaringannya.

Gambaran pendekatan ini mencerminkan kemampuan jangkauan wisatawan dan lama kunjungan wisatawan.

2. Pendekatan dari segi pemanfaatan potensi obyek bertolak dari pemanfaatan potensi obyek yang ada, yaitu menganalisa potensi yang ada di obyek tersebut. Kemudian pemanfaatan ini disesuaikan dengan jenis permintaan wisatawan. Dari pendekatan ini terlihat variasi daya tarik obyek wisata

Dengan memadukan kedua pendekatan ini diperoleh alternatif rute perjalanan wisata terpilih yaitu dengan menganalisa faktor-faktor:

1. Pintu gerbang

Pemanfaatan suatu obyek wisata memerlukan dukungan sarana kemudahan pencapaian dan kenyamanan dalam perjalanan maupun selama tinggal di daerah obyek wisata. Wisatawan mempunyai kecenderungan mengunjungi lokasi obyek yang dekat dengan kota yang terletak dalam sistem jaringan transportasi dari daerah asal wisatawan. Pintu gerbang merupakan pintu masuk suatu kawasan wisata. Adanya pintu gerbang yang baik adalah pintu gerbang yang dilalui jalur perhubungan regional dan obyek yang dituju tidak jauh dari pintu gerbang tersebut sehingga umumnya pintu gerbang sekaligus sebagai pusat pelayanan.

2. Lama tinggal

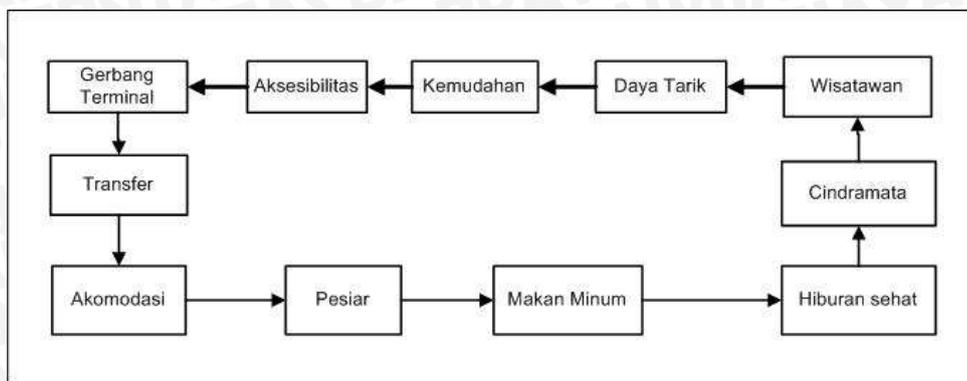
Pengaturan rute perjalanan wisata berkaitan dengan lama menginap wisatawan. Pengamatan terhadap lamanya wisatawan menginap di daerah tujuan wisata dilakukan dengan melihat kemampuan wisatawan tersebut.

3. Urutan prioritas tujuan wisata

Urutan prioritas tujuan wisata digunakan untuk menentukan rute yang sesuai dengan waktu tinggal wisatawan terbatas sesuai dengan dana yang tersedia, maka dilakukan pemilihan obyek mana saja yang perlu dikunjungi.

## 2.5 Produk Pariwisata

Menurut buku Cakrawala Pariwisata (Sammeng, 2001) Produk pariwisata merupakan mata rantai dari serangkaian komponen yang satu dengan yang lainnya saling terkait. Rangkaian mata rantai produk pariwisata itu pada garis besarnya meliputi: daya tarik, kemudahan, aksesibilitas, gerbang/ terminal, transfer, akomodasi, pesiar (*tours*), makan minum, hiburan sehat dan cindramata. Berikut merupakan peragaan rangkaian mata rantai produk pariwisata.



Tiap mata rantai dapat merupakan produk tersendiri dan terkait dengan bidang-bidang lain yang juga saling mempengaruhi. Untuk sekedar contoh, disini diambil salah satu mata rantai, misalnya : akomodasi.

Akomodasi dapat menjadi salah satu mata rantai dari produk pariwisata, tetapi hotel dapat juga merupakan produk tersendiri. Apabila akomodasi dijual sebagai bagian dari suatu paket wisata, maka akomodasi tersebut menjadi salah satu mata rantai produk pariwisata. Akan tetapi jika akomodasi dijual mandiri tidak sebagai komponen suatu paket wisata, maka akomodasi termasuk menjadi produk tersendiri. Akomodasi juga terkait dan saling mempengaruhi dengan bidang-bidang lain. Akomodasi tidak bisa beroperasi tanpa dukungan bidang-bidang lain, seperti : energi, air bersih, bahan-bahan makanan dan minuman, dan lain-lain. Sebaliknya, dengan beroperasinya sarana akomodasi, maka produk-produk energi, air bersih, bahan-bahan makanan dan minuman dapat terjual (ke sarana akomodasi).

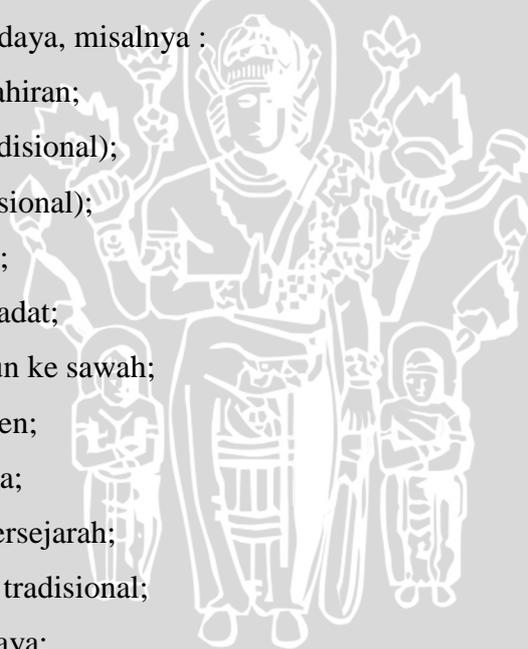
Dengan memberikan contoh akomodasi sebagai salah satu rangkaian mata rantai produk pariwisata yang dapat berfungsi sebagai komponen dari produk dan dapat pula berfungsi sebagai produk tersendiri, maka demikian pula mata rantai-mata rantai yang lain. Masing-masing mata rantai dapat berfungsi sebagai komponen dari produk dan dapat pula berfungsi sebagai produk tersendiri. Masing-masing mata rantai juga saling terkait dan saling berpengaruh dengan bidang-bidang lain. Inilah yang menyebabkan, sehingga pariwisata memiliki pengaruh ganda (*multiplier effect*) yang sangat besar. Lebih dari itu pariwisata merupakan suatu sistem.

### 2.5.1 Daya Tarik Wisata

Menurut buku Cakrawala Pariwisata (Sammeng, 2001) Pada peragaan di atas terlihat dengan jelas, bahwa seseorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara, karena tertarik oleh sesuatu. Sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara itu disebut daya

tarik atau atraksi wisata. Objek daya tarik wisata dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis, yaitu objek wisata: alam, budaya, dan buatan.

1. Objek wisata alam, misalnya :
  - a. Laut;
  - b. Pantai;
  - c. Gunung (berapi);
  - d. Danau;
  - e. Sungai;
  - f. Fauna (langka);
  - g. Flora (langka);
  - h. Kawasan lindung;
  - i. Cagar alam;
  - j. Pemandangan alam, dan lain-lain.
2. Objek wisata budaya, misalnya :
  - a. Upacara kelahiran;
  - b. Tari-tari (tradisional);
  - c. Musik (tradisional);
  - d. Pakaian adat;
  - e. Perkawinan adat;
  - f. Upacara turun ke sawah;
  - g. Upacara panen;
  - h. Cagar budaya;
  - i. Bangunan bersejarah;
  - j. Peninggalan tradisional;
  - k. Festival budaya;
  - l. Kain tenun (tradisional);
  - m. Tekstil lokal;
  - n. Pertunjukan (tradisional);
  - o. Adat-istiadat lokal;
  - p. Museum, dan lain-lain.
3. Objek Wisata Buatan, misalnya :
  - a. Sarana dan fasilitas olahraga;
  - b. Permainan (layangan);



- c. Hiburan (lawak/akrobatik, sulap);
- d. Ketangkasan (naik kuda);
- e. Taman rekreasi;
- f. Taman nasional;
- g. Pusat-pusat perbelanjaan, dan lain-lain.

Sebenarnya objek wisata buatan pada dasarnya serupa tapi tidak sama dengan objek wisata budaya, yakni keduanya merupakan hasil rekayasa atau budi daya manusia. Perbedaannya terletak pada kurun waktu perekayasaan atau penciptaannya. Objek wisata budaya biasanya yang dimaksud adalah hasil ciptaan manusia di masa lampau; sedangkan objek wisata buatan dimaksudkan hasil rekayasa manusia yang baru.

Objek wisata yang paling bisa diandalkan adalah objek wisata yang dapat dikunjungi setiap hari tanpa perlu persiapan terlebih dahulu. Objek wisata semacam itu sebenarnya tersedia pada semua jenis objek wisata (alam, budaya, dan buatan).

Objek wisata alam, hampir semuanya dapat dikunjungi atau dinikmati setiap hari kecuali beberapa macam, misalnya : fauna langka (badak bercula satu), flora langka (bunga raflesia). Selebihnya seperti : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan, dan lain-lain, pada dasarnya dapat dikunjungi atau dinikmati setiap hari.

Demikian pula halnya dengan objek wisata buatan, hampir seluruhnya dapat dikunjungi atau dimanfaatkan setiap hari, kecuali objek wisata buatan yang bersifat hiburan, seperti: lawak, akrobatik dan sulap yang mempunyai jadwal tertentu. Selebihnya seperti: sarana dan fasilitas olahraga, permainan, ketangkasan kegemaran, kebun binatang, taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan, dan lain-lain, praktis dapat dikunjungi atau dimanfaatkan setiap hari.

Akan tetapi, objek wisata budaya selebihnya, seperti tarian-tarian tradisional, musik tradisional, perkawinan adat, upacara kelahiran, upacara turun ke sawah, upacara panen, pertunjukan tradisional, festival budaya dan sejenisnya, tidak setiap saat dapat disaksikan, melainkan memerlukan persiapan dan waktu-waktu tertentu.

Berikut merupakan pembahasan mengenai daya tarik yaitu *Tanean Lanjang*:

## A. Rumah Tinggal *Tanean Lanjang*

### 1. Latar Belakang

#### a. Pengertian

Rumah-rumah di kompleks ini didiami oleh penghuni-penghuni dengan pekerjaan utamanya bertani yaitu mengerjakan sawah yang sekaligus sawahnya terletak di sekeliling kompleks ini. Contoh perumahan ini mewakili perumahan dari kalangan rakyat kecil yang terletak di daerah pertanian pinggiran kota dimana alam pedesaan yang murni masih menonjol disamping unsur-unsur modern kota sudah mulai mempengaruhinya (Wiryoprawiro, Z. M. 1986).

#### b. Nilai Bangunan

Nilai tradisionalnya masih menonjol dengan bentuk-bentuk sederhana, serta bentuk-bentuk atap yang berciri tradisional, yaitu bentuk *Bangsal* dan *Pegun* di samping bentuk atap lainnya (Wiryoprawiro, Z. M. 1986).

#### c. Penghuni

Menurut Wiryoprawiro, Z. M. 1986 Dalam kompleks ini berdiam 17 keluarga yang seluruhnya terdiri dari 73 orang/jiwa. Rumah induknya (rumah tongghu) didiami oleh pensiunan kebun dan rumah-rumah lainnya dihuni oleh anak, mantu, cuuc dan keluarga-keluarga lain yang masih ada pertalian keluarga. Tiga generasi berturut-turut jabatan kebun dipegang/jatuh di tangan penghuni *tanean lanjang* ini. areal *tanean lanjang* ini meliputi luas 5500 m<sup>2</sup>, dengan kepadatan ± 135 orang/ha.

#### d. Sosial Budaya

##### ➤ Hubungan Keluarga

Gotong royong adalah ciri khas kehidupan pedesaan dimana perasaan senasib serta pekerjaan yang sama memperkuat tradisi ini. penghuni yang tinggal di kompleks ini pada hakikatnya merupakan satu keluarga/turunan dimana jika tinggal orang luar yaitu : mantu, mertua, ipar, jelas mereka itu masih dalam kaitan family sehingga kehidupan di kompleks ini merupakan ikatan-ikatan keluarga besar. Hal ini tercermin pula dengan adanya *public space* berupa *tanean lanjang*.

#### e. Ruang Luar

Konsep utamanya adalah halaman besar/bersama yang disebut *tanean lanjang* yang merupakan :

- 1) *Open space*, yaitu ruangan terbuka yang panjang dan sifatnya mengikat bangunan-bangunan yang ada disekitarnya.
- 2) *Public space*, yaitu ruangan yang dipakai oleh seluruh hunian sebagai ruangan bersama untuk menjemur hasil pertanian, bermain, berkomunikasi dan lain-lain.

Dari halaman bersama ini untuk mencapai ruang-ruang /gang sempit yang tercipta antara batas 2 rumah tanpa dirasakan sebenarnya tercipta aliran ruang yaitu dari ruang besar pertama ke ruang besar lainnya melalui suatu ruang perantara yang sempit.

f. Ruang Dalam

Umumnya yang dipakai adalah sistem akhiran yang buntu (*closed ended plan*) dengan pembagian ruang yang sederhana, yaitu :

- 1) Bagian depan bersifat semi *public* yaitu teras tempat menerima tamu.
- 2) Bagian belakang bersifat privat yaitu ruang tidur/ruang keluarga atau kadang-kadang dilengkapi dengan dapur yang bersifat semi privat.

### 2.5.2 Kemudahan (*Facilitation*)

Menurut buku Cakrawala Pariwisata (Sammeng, 2001) Salah satu hal penting untuk pengembangan pariwisata adalah kemudahan (*facilitation*). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh. Demikian pula sebaliknya tidak kurang wisatawan batal berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara, karena merasa tidak mendapat kemudahan.

Kemudahan yang dimaksud antara lain dalam hal: mendapatkan informasi mengurus dokumen perjalanan, membawa barang atau uang, dan sebagainya. Informasi merupakan sesuatu hal yang amat sangat penting dalam kehidupan umat manusia, terutama di era globalisasi sekarang ini. Informasi yang diperlukan oleh wisatawan biasanya yang menyangkut hal-hal elementer dan umum, seperti visa, iklim, pakaian, mata uang lokal, bahasa, kehidupan sehari-hari, letak penduduk. Tentu mereka memerlukan juga informasi semacam itu pada umumnya dapat diberikan melalui bahan-bahan informasi cetak dan film atau video.

Kendala yang biasanya masih dihadapi di Indonesia adalah kemampuan menuangkan dalam bahasa asing dan keterampilan memanfaatkan perangkat teknologi

informatika. Kemudahan lain yang selalu diperlukan oleh wisatawan adalah kemudahan dalam mengurus dokumen perjalanan, terutama visa dan tiket transportasi.

### 2.5.3 Aksesibilitas

Menurut PP No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Perpindahan itu bisa dalam jarak dekat dan bisa juga dalam jarak menengah atau jauh. Untuk melakukan perpindahan itu tentu diperlukan alat-alat transportasi. Aksesibilitas pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata. Pembangunan aksesibilitas meliputi:

1. Penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api
2. Penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api
3. Penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api.

Pembangunan aksesibilitas pariwisata dimaksudkan untuk mendukung pengembangan kepariwisataan dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam destinasi pariwisata yang berskala nasional.

## 2.6 Market Basket Analysis

Menurut Eibe Frank dalam Suryanto, 2013 *Market Basket Analysis* adalah metode atau teknik yang sering digunakan dan paling bermanfaat untuk lingkungan marketing, teknik ini menggunakan *association techniques* pada data mining. *Association techniques* adalah teknik data mining untuk menemukan aturan asosiatif antara suatu kombinasi item. *Market Basket Analysis* bertujuan untuk menentukan produk manakah yang pelanggan beli dalam waktu bersamaan.

Sebagai contoh seberapa besar kemungkinan seorang pelanggan membeli roti bersamaan dengan susu. Dengan pengetahuan tersebut pemilik pasar swalayan atau

perusahaan dapat menggunakan informasi tersebut untuk mengatur tata letak barang sehingga barang – barang yang sering terjual secara bersamaan diletakan dalam satu area.

### 2.6.1 Association Rule

Menurut Lutfi dalam Suryanto, 2013 *association rule* adalah teknik data mining untuk menemukan aturan asosiatif antara suatu item. *Association rule* meliputi dua tahap, pertama mencari kombinasi yang peling sering terjadi dari suatu *itemset*, kemudian yang kedua mendefinisikan *Condition* dan *Result*.

Sebagai contoh, aturan asosiatif dari analisis pembelian di suatu pasar swalayan adalah dapat diketahuinya berapa besar kemungkinan seorang pelanggan membeli roti bersamaan dengan susu. Dengan pengetahuan tersebut, pemilik pasar swalayan dapat mengatur penempatan barangnya atau merancang kampanye pemasaran dengan memakai kupon diskon untuk kombinasi barang tertentu. Aturan asosiasi biasanya dinyatakan dalam bentuk:

$$\{\text{Roti, mentega}\} \rightarrow \{\text{Susu}\} \text{ (Support} = 40\%, \text{ confidence} = 50\%)$$

Aturan tersebut berarti 50% dari transaksi di database yang memuat *item* roti dan mentega juga memuat *item* susu. Sedangkan 40% dari seluruh transaksi yang ada di database memuat ketiga item itu. Dapat juga di artikan seorang konsumen yang membeli roti dan mentega punya kemungkinan 50% untuk juga membeli susu. Aturan ini cukup signifikan karena mewakili 40% dari catatan transaksi selama ini. Untuk membuat aturan yang efektif dalam *Market Basket Analysis*, terdapat tiga ukuran yang harus diperhatikan yaitu *support* nilai penunjang/dukungan, *confidence* nilai kepastian/kepercayaan, dan *improvement* atau *lift* daya angkat.

#### a. Support

Menurut Marakas dalam Suryanto (2013) *Support* adalah suatu ukuran yang menunjukkan presentase dari keranjang belanja di mana *left hand* dan *right hand* keduanya ditemukan secara bersamaan. Dapat dikatakan bahwa *support* merupakan presentase dukungan pembeli yang membeli barang *condition* akan membeli juga barang *result* dari seluruh transaksi yang terjadi.

Dari pernyataan di atas dapat dirumuskan seperti berikut:

$$\text{Support}(\text{Condition} + \text{Result}) = \frac{\text{Jumlah}(\text{condition} + \text{result})}{\text{Jumlah Transaksi}} \times 100\%$$

Rumus untuk penjualan single item dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Support}(\text{Condition}) = \frac{\text{Jumlah}(\text{Condition})}{\text{JumlahTransaksi}} \times 100\%$$

### b. Confidence

Menurut Marakas dalam Suryanto (2013) Ukuran ini berbeda dari *support* karena *confidence* merupakan kemungkinan kemunculan *right hand item* dengan diketahui bahwa *left hand item* telah berada di dalam keranjang belanja.

Dari pernyataan di atas dapat dirumuskan seperti berikut:

$$\text{Confidence} = \frac{\text{Support}(\text{Condition} + \text{Result})}{\text{Support}(\text{Condition})} \times 100\%$$

*Confidence* tidak akan mempunyai banyak arti, bila suatu barang yang tidak laku dimasukkan kedalam satu keranjang belanja bersama – sama dengan barang yang laku. Sifat *confidence* adalah *Unidirectional*, artinya *Confidence* (A+B) belum tentu hasilnya sama dengan *Confidence* (B+A).



## 2.7 Studi – Studi Terdahulu

Studi – studi yang pernah dilakukan berfungsi dalam pelaksanaan penelitian, dapat dilihat Tabel 2.2

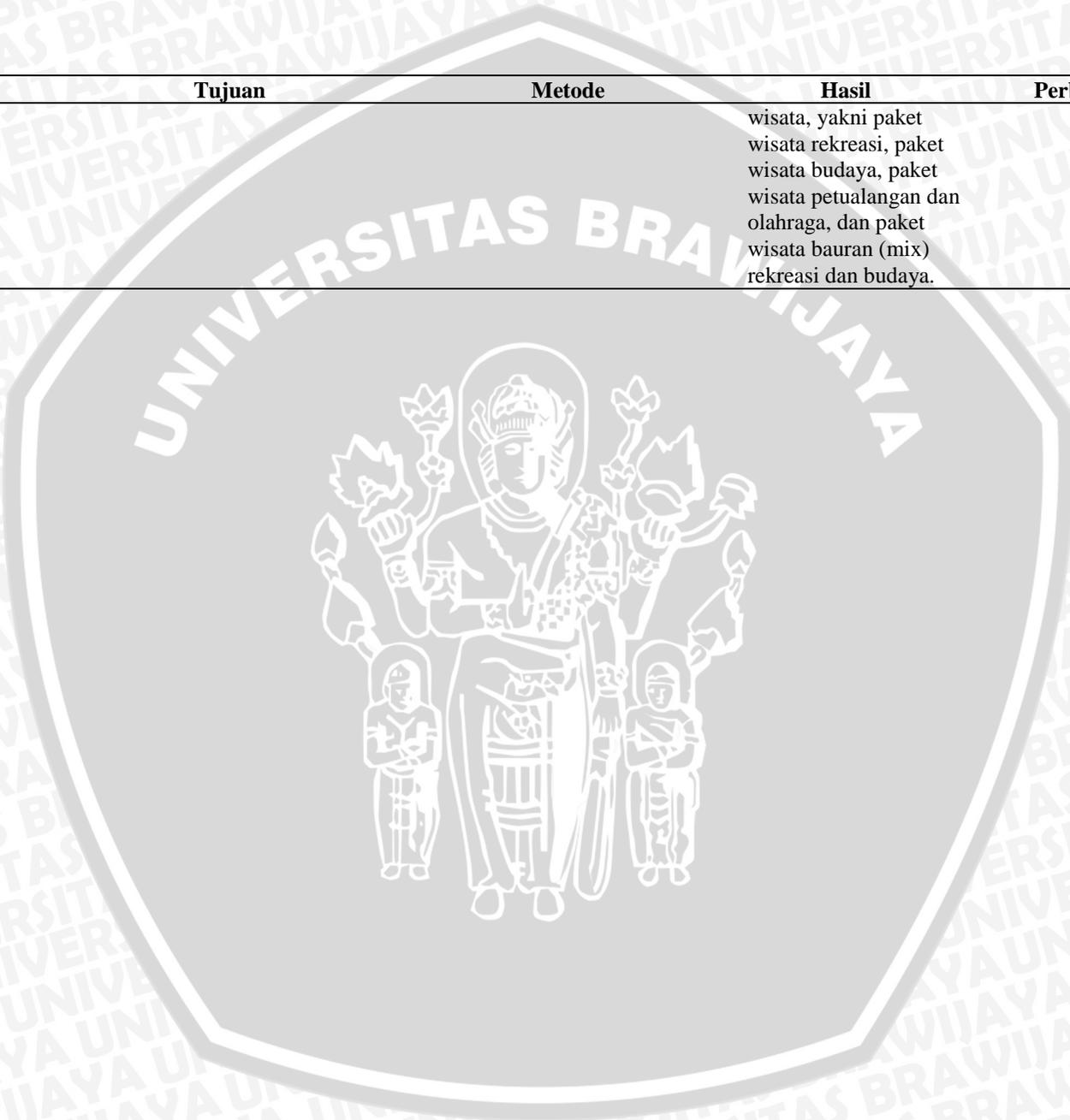
**Tabel 2.2 Studi- Studi Terdahulu**

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil	Perbedaan Studi
1.	Identifikasi Elemen Permanensi Kota Malang sebagai Bagian Pengenalan Identitas Kota	Mengidentifikasi elemen-elemen arsitektur Kota Malang yang memiliki nilai permanensi dalam konteks sejarah perkembangan kota kolonial Belanda sampai dengan sekarang yang masih menjadi bagian dari pola struktur tata ruang kota saat ini	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penelitian ini menggunakan teori untuk melihat kondisi empiris lapangan, kemudian di analisis secara sinkronik-diakronik</li> <li>▪ Analisis diakronik untuk melihat jenis elemen apa yang muncul dan menjadi bagian penting Kota Malang pada suatu waktu.</li> </ul>	<p>Karakter fisik elemen permanensi Kota Malang mencakup empat elemen, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Elemen tipe bentuk dan massa bangunan</li> <li>2) elemen tipe ruang terbuka</li> <li>3) elemen tipe jalan.</li> </ol> <p>Sedangkan berdasarkan perannya memunculkan identitas kota</p>	Penelitian ini membahas sejarah dan citra kawasan wisata budaya sebagai identitas kota dan nantinya akan ditentukan rute wisata budaya di Kecamatan Kota Sumenep
2.	Alun-alun dan Revitalisasi Identitas Kota Tuban	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengidentifikasi elemenelemen utama yang bersejarah sebagai identitas pembentuk ruang Kota Tuban</li> <li>▪ Mengetahuai usaha yang dapat dilakukan untuk memperkuat identitas kawasan Alun-alun Tuban</li> </ul>	Analisis diakronik untuk melihat jenis elemen apa yang muncul dan menjadi bagian penting Kota Tuban pada suatu waktu tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terdapat elemen pembentuk ruang kota Tuban yang tidak berubah sepanjang perjalanan sejarah, yaitu alun-alun dan bangunan pendukung disekitarnya.</li> <li>▪ Usaha untuk merevitalisasi alun-alun sebagai identitas kota adalah sangat tepat.</li> </ul>	Penelitian yang dibahas tidak hanya alun alun saja namun semua obyek wisata budaya yang terdapat di Kecamatan Kota Sumenep yang memiliki nilai sejarah tinggi.
3.	Persepsi Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengetahui citra kawasan Alun-</li> </ul>	Secara kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Berdasarkan persepsi</li> </ul>	Metode yang digunakan

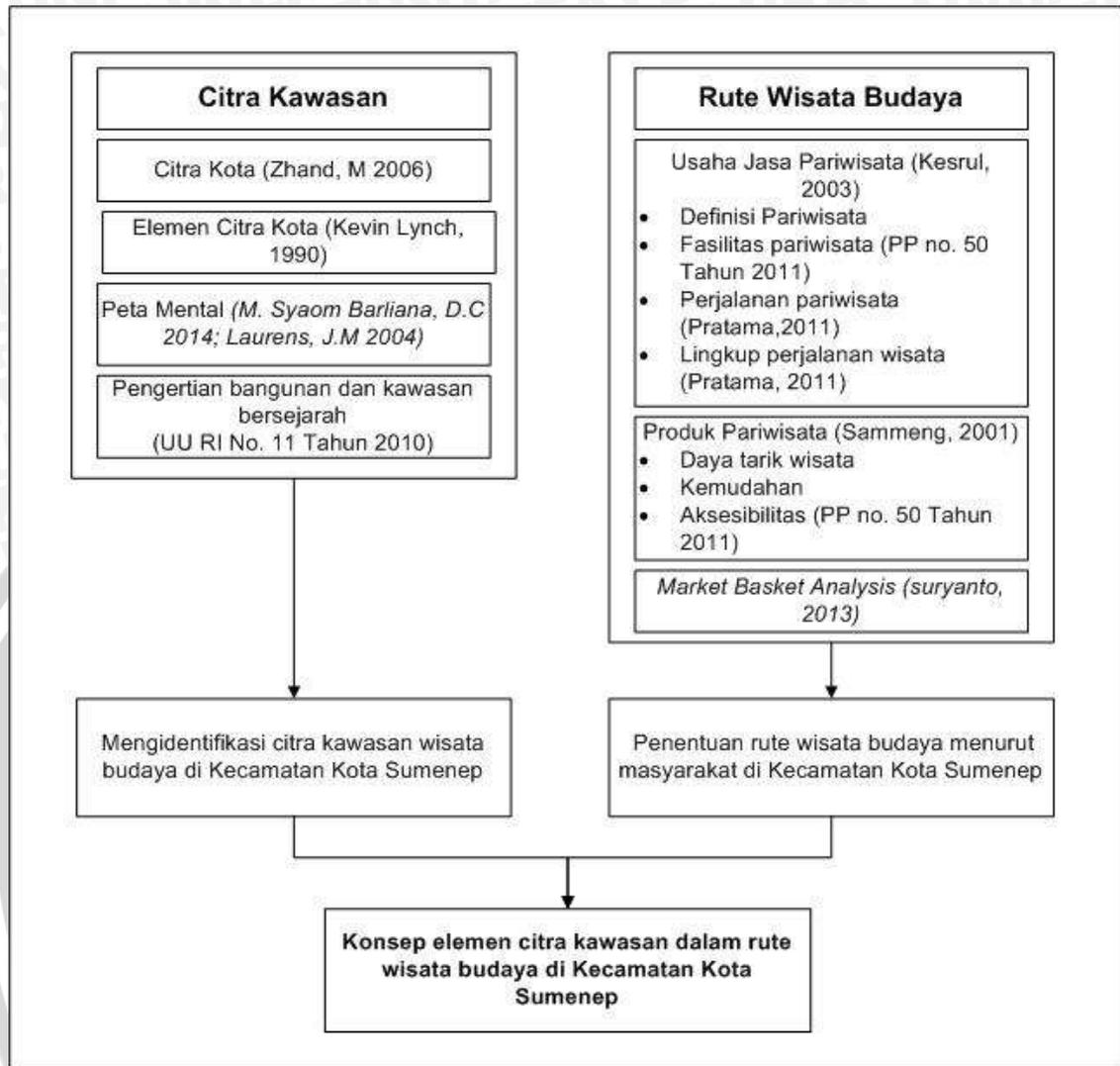
No.	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil	Perbedaan Studi
	terhadap Citra Kawasan Bersejarah Alun-alun Tugu Kota Malang	<p>alun Tugu sebagai kawasan bersejarah berdasarkan persepsi masyarakat.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui kualitas dan kepentingan kawasan Alun-alun Tugu diperoleh arahan dan saran bagi kegiatan pelestarian.</li> </ul>	<p>memaparkan kondisi eksisting berdasarkan aspek Place. Secara Kuantitatif menggunakan Importance- Performance Analysis (IPA)</p>	<p>masyarakat, kawasan Alun-alun Tugu memiliki citra kawasan bersejarah yang positif</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kawasan Alun-alun Tugu sebagai kawasan bersejarah memiliki kualitas dan kepentingan bernilai tinggi</li> </ul>	<p>tidak menggunakan analisis IPA</p>
4.	Sistem Visual Kawasan Kota Lama di Malang	<p>Mengetahui kaitan antara elemen/komponen visual satu dengan yang lainnya dalam suatu system kawasan dan mengenali elemen/komponen kawasan kota yang perlu diperkuat supaya suatu kawasan lebih berarti dalam realitasnya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk Menetapkan elemen/komponen yang harus dipertahankan dan dikembangkan dalam kaitannya dengan upaya konservasi suatu kawasan.</p>	<p>Analisis masalah menggunakan metode sintaksis, yaitu meninjau kaitan visual melalui tatanan dan hubungan antar elemen, dan meninjau karakter elemen/komponen visual kawasan kota yang ada</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pada kawasan Alun-alun Tugu pembentukan elemen kota berupa <i>open space</i> dan <i>sculpture</i> sebagai <i>focal point</i> memberikan unsur penting dalam membentuk system visual kawasan yang khas.</li> <li>Eksistensi <i>boulevard</i> Ijen memberikan kaitan dan kontinuitas visual pada seri pemandangan yang sikuensial.</li> <li>Struktur ruang kawasan Jl. Semeru meskipun masih berfungsi baik, namun mengalami penurunan kualitas akibat perkembangan dan pertumbuhan kawasan yang terjadi</li> </ul>	<p>Penelitian membahas citra kawasan berdasarkan persepsi masyarakat, meliputi: peta mental, <i>place attachment</i>, dan kualitas-kepentingan berdasarkan Diagram <i>Place</i>.</p>

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil	Perbedaan Studi
5.	Elemen Pembentuk Citra Kawasan Bersejarah di Pusat Kota Malang	Menganalisis elemen-elemen pembentuk citra kawasan bersejarah di Kecamatan Klojen berdasarkan persepsi penduduk Kota Malang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis elemen-elemen pembentuk citra kawasan, dengan menggunakan peta mental dan wawancara.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elemen pembentuk citra bersejarah di pusat kota yaitu elemen path (Jl Kayutangan-Jl Pasar Besar), elemen node (Perempatan Kayutangan dan Kawasan Alun-Alun Merdeka), dan elemen landmark (Alun-Alun Tugu dan Masjid Jami')</li> <li>Kecamatan Klojen sudah dapat disebut dengan place karena identitas dari masing masing elemen telah dikenal oleh lebih dari 50% penduduk Kota Malang.</li> </ul>	Metode yang digunakan tidak hanya menggunakan analisis deskriptif namun dalam penelitian juga menggunakan analisis <i>market basket analysis</i> untuk menentukan rute wisata budaya di Kecamatan Sumenep.
6.	Perencanaan Paket Wisata Kota Manado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengidentifikasi dan menganalisa potensi wisata yang dimiliki Kota Manado yang dapat mendukung perencanaan paket wisata.</li> <li>Menganalisa rute perjalanan wisata potensial.</li> <li>Menyusun rencana paket wisata dengan potensi wisata dan rute perjalanan wisata potensial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisa potensi wisata dan karakteristik wisatawan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hasil penelitian menunjukkan dari 26 obyek wisata yang ada di Kota Manado didapatkan 18 obyek wisata potensial.</li> <li>Rute perjalanan wisata potensial yang didapatkan ada 6 rute yang berisi 13 obyek wisata</li> <li>Rencana paket wisata di Kota Manado di dapatkan 4 jenis paket</li> </ul>	Penelitian ini membahas sejarah dan citra kawasan wisata budaya sebagai identitas kota dan nantinya akan ditentukan rute wisata budaya di Kecamatan Kota Sumenep

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil	Perbedaan Studi
				wisata, yakni paket wisata rekreasi, paket wisata budaya, paket wisata petualangan dan olahraga, dan paket wisata bauran (mix) rekreasi dan budaya.	



## 2.8 Kerangka Teori



Gambar 2.1 Kerangka Teori