



5A:

Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia

Penulis:

Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si., dkk

Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si., dkk

5A:

Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia

 **SATRIA**
Publisher
2024

5A:

Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia

Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si., dkk

Editor:

Dr. Drs. Yunus Winoto, M.Pd.

Tata bahasa dan Tata Letak :

Ghaziana Zhafarini

Jimmy Ruben Sihombing

Desain Sampul:

Devi Anne Suherman

Reviewer:

Taqiy Gusdi Baitulloh,

Salma Nur Hanif,

Hasan Kholilurrachman,

Nabila Nurrahmadina Abdullah

Penerbit dan Pencetak : Satria Publisher

Anggota IKAPI No. 232/JTE/2021

Jalan Raya Tinggarjaya RT 01/09

Jatilawang, Banyumas, Jawa Tengah

HP: 085867822579

ISBN:

978-623-412-784-3

230 Halaman, 18, 2 x 25,7 cm

Terbitan Pertama

Cetakan Pertama

2024

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA PASAL 72

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu Ciptaan atau memberikan izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 1 (satu) bulan dan/ atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000.00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyerahkan, menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada pasal (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 500.000.000.00 (lima ratus juta rupiah).

5A:

Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia

Penulis:

- Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si*
Salma Nur Hanif
- Dr. Drs. Yunus Winoto, M.Pd*
Dr. Ir. Dicky Muslim, M.Sc.
Nurin Amalia Pramudhani
- Dr. Drs. Awaludin Nugraha, M.Hum*
Dr. Rully Khairul Anwar, S.Ag., M.Si
Jannatinnai'mah Arifda
- Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si*
Zendra Haris Prasetya
- Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec*
Taqiy Gusdi Baitulloh
- Dr. Kasno Pamungkas, S.S., M.Hum*
Dr. Cipta Endyana, S.T., M.T
Ayang Khairunnisa, M. Par.
Nurul Aini
Zaki Alif Ramadhani
Jimmy Ruben Sihombing
- Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si*
Ghaziana Zhafarini
- Dr Fajar Kusnadi Kusumah Putra, CHIA, CHE*
Eldo Delamontano
Caroline Fildzah Diara Putri
Setiawan Wibowo
Durotul Yatimah
Annisa Lazuardina
Nabila Nurrahmadina Abdullah
- Prof. Dr. Reiza D. Dienaputra, M.Hum*
Dr. Yustikasari, S.Sos., M.I.Kom
Hilda Sri Rahayu
Hasan Kholilurrachman
- Alexander M.A.Khan, S.Pi., M.Si., Ph.D*
Naufal Hibatullah
Aldhara Mahdavikia Yudiasa Asri
Dr. Mohamad Sapari Dwi Hadian, S.T., M.T
Bergas Anggito Adjie

PRAKATA

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, akhirnya kami berhasil mengumpulkan berbagai tulisan dalam rangkaian kegiatan penting, yaitu penyusunan book chapter yang akan membahas tentang komponen fundamental dalam pengembangan pariwisata, yakni konsep 5A: *Attractions, Accessibility, Amenities, Accommodation, dan Activities*.

Konsep 5A bukan hanya sekedar komponen yang membentuk destinasi wisata, tetapi juga menjadi pondasi untuk membangun sistem pariwisata yang berkelanjutan. Dalam hal ini, keberadaan daya tarik wisata (*attractions*) harus dikelola dengan pendekatan konservasi lingkungan dan budaya. Perlu diingat bahwa kelestarian lingkungan dan budaya adalah aset utama yang mendukung daya tarik wisata dalam jangka panjang. Tanpa perhatian pada keberlanjutan, daya tarik ini akan kehilangan nilainya.

Selain itu, *accessibility* atau aksesibilitas menjadi salah satu komponen penting yang sering terabaikan. Namun, aksesibilitas yang berkelanjutan harus memperhatikan keterjangkauan yang ramah lingkungan dan inklusif, sehingga setiap orang, termasuk penyandang disabilitas, dapat menikmati destinasi tanpa merusak lingkungan. Fasilitas penunjang (*amenities*) dan akomodasi (*accommodation*) juga memainkan peran vital dalam memberikan pengalaman wisata yang nyaman dan memuaskan. Dalam hal ini, kami mendorong praktik-praktik ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang baik, serta implementasi konsep bangunan hijau (*green building*). Pengelola pariwisata harus senantiasa berinovasi agar aspek-aspek ini dapat menjadi lebih efisien dan selaras dengan tujuan berkelanjutan.

Tidak kalah penting, *activities* atau kegiatan wisata harus dirancang untuk tidak hanya menghibur wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat bagi komunitas lokal. Kegiatan yang berkelanjutan mampu menjaga nilai-nilai tradisional dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Pariwisata bukan hanya tentang kunjungan, tetapi juga tentang keterlibatan aktif dari wisatawan dalam menjaga dan melestarikan lingkungan serta budaya lokal.

Dalam konteks pendidikan tinggi, Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjadjaran berperan aktif dalam mencetak lulusan yang memiliki kesadaran akan pentingnya pembangunan pariwisata berkelanjutan. Program studi kami tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada praktik nyata yang dapat diaplikasikan di lapangan. Kami berkolaborasi dengan berbagai pihak, baik di tingkat lokal maupun global, untuk memperkuat kapasitas sumber daya manusia di sektor pariwisata. Kami menyadari bahwa tantangan yang dihadapi sektor pariwisata saat ini semakin kompleks, terutama dengan adanya perubahan iklim, pertumbuhan populasi, serta meningkatnya permintaan untuk pengalaman wisata yang lebih autentik. Oleh karena itu, pendidikan berkelanjutan menjadi kunci untuk mengatasi tantangan ini. Kami terus berkomitmen untuk menghadirkan kurikulum yang relevan dan inovatif, serta mendorong penelitian-penelitian yang memberikan solusi bagi permasalahan di sektor pariwisata.

Akhir kata, kami sangat mengapresiasi partisipasi semua pihak dalam penyusunan book chapter ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi perkembangan pariwisata di Indonesia dan dunia, serta memberikan kontribusi nyata dalam mendorong pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Terima kasih atas perhatian dan kerja sama yang baik dari semua pihak. Semoga book chapter bisa bermanfaat sesuai harapan.

Bandung, Oktober 2024
Tim Penulis

DAFTAR ISI

Prakata	iv
Daftar Isi	vi
ATRAKSI	1
SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SUSUR SUNGAI MAHAKAM SEBAGAI ATRAKSI WISATA DI KOTA SAMARINDA ~ Salma Nur Hanif, Dr. Drs. Yunus Winoto, M.Pd, Dr. Ir. Dicky Muslim, M.Sc.	2
ARSITEKTUR YANG ATRAKTIF: MERANCANG DAYA TARIK WISATA ~ Nurin Amalia Pramudhani, Dr. Drs. Awaludin Nugraha, M.Hum, Dr. Rully Khairul Anwar, S.Ag., M.Si	12
ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN ATRAKSI EDUWISATA PENGELOLAN NIRA DI DESA WISATA BELITAR SEBRANG ~ Jannatinnai'mah Arifda, Dr. Drs. Awaludin Nugraha, M.Hum, Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si	19
AKSESIBILITAS 28	
KONSEP ACCESSIBLE TOURISM PADA DESA WISATA ~ Zendra Haris Prasetya, Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si, Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec	29
PENGEMBANGAN ATRAKSI WISATA DALAM MENINGKATKAN AKSESIBILITAS DI PASAR KAGET CIWARU WETAN, KECAMATAN CILENGKRANG ~ Taqiy Gusdi Baitulloh, Dr. Kasno Pamungkas, S.S., M.Hum, Dr. Cipta Endyana, S.T., M.T, Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si	42
KONSEP AKSESIBILITAS DALAM PARIWISATA BERKELANJUTAN ~ Ayang Khairunnisa, M. Par.	50
PENENTUAN TOURISM RELEVANT ROAD (TRR) DI PULAU WANGI-WANGI KABUPATEN WAKATOBI ~ Nurul Aini ...	58
AKOMODASI	72
AKOMODASI DALAM INDUSTRI PARIWISATA ~ Zaki Alif Ramadhani	73
URGENSI PENERAPAN PRAKTIK PARIWISATA BERKELANJUTAN PADA AKOMODASI GEOPARK CILETUH-SUKABUMI ~ Jimmy Ruben Sihombing, Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec, Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si	84

STRATEGI OPTIMALISASI PENGALAMAN MENGINAP MELALUI PEMBERDAYAAN AREA WISATA HIJAU BAGI AKOMODASI <i>GLAMPING</i> ~ Ghaziana Zhafarini, Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec, Dr. Drs. Yunus Winoto, M.Pd.	93
PRAKTIK-PRAKTIK BERKELANJUTAN DI SEKTOR AKOMODASI: ERA BARU BAGI PARIWISATA INDONESIA ~ Dr Fajar Kusnadi Kusumah Putra, CHIA, CHE	109
AKTIVITAS	121
PERAN MASYARAKAT MELALUI AKTIVITAS <i>RIVER CLEANUP</i> SEBAGAI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA SUNGAI ~ Eldo Delamontano, Dr. Cipta Endyana, S.T., M.T., Dr. Drs. Yunus Winoto, M.Pd.	122
MENYELAMI BUDAYA NUSANTARA: WISATA EDUKASI DI YOGYAKARTA ~ Caroline Fildzah Diara Putri, Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec, Dr. Kasno Pamungkas, S.S., M.Hum	129
TRANSFORMASI WISATA EDUKASI MELALUI PENDEKATAN <i>DIGITAL STORYNOMICS TOURISM</i> ~ Setiawan Wibowo, Durotul Yatimah	138
MENCIPTAKAN PENGALAMAN WISATA YANG BERTANGGUNG JAWAB ~ Annisa Lazuardina	147
MENGGALI POTENSI AKTIVITAS WISATA MELALUI LENSE MASYARAKAT DI DUSUN KERUJUK KABUPATEN LOMBOK UTARA ~ Nabila Nurrahmadina Abdullah, Prof. Dr. Reiza D. Dienaputra, M.Hum, Dr. Yustikasari, S.Sos., M.I.Kom ..	160
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DESA WISATA CIMAJA KABUPATEN SUKABUMI ~ Hilda Sri Rahayu	169
AMENITAS	184
KONTRIBUSI AMENITAS UNTUK KARBON BIRU SEBAGAI SUDUT PANDANG BARU PARIWISATA BERKELANJUTAN ~ Hasan Kholilurrachman, Alexander M.A.Khan, S.Pi., M.Si., Ph.D, Dr. Drs. Yunus Winoto, M.Pd	185
AMENITAS DALAM PARIWISATA BERKELANJUTAN ~ Naufal Hibatullah	196
PENGARUH KUALITAS PRODUK GASTRONOMI DI CIHAPIT BANDUNG TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN	

~ Aldhara Mahdavikia Yudiasa Asri, Prof. Dr. Reiza D. Dienaputra,
M.Hum, Dr. Mohamad Sapari Dwi Hadian, S.T., M.T 205
**SUSTAINABLE RESTAURANT: TREN KEKINIAN NAN
CERDAS DALAM MENYIKAPI ISU LINGKUNGAN ~ Bergas**
Anggito Adjie 213

ARSITEKTUR YANG ATRAKTIF: MERANCANG DAYA TARIK WISATA

Nurin Amalia Pramudhani
Dr. Drs. Awaludin Nugraha, M.Hum
Dr. Rully Khairul Anwar, S.Ag., M.Si

Universitas Padjadjaran

PENDAHULUAN

“Architecture has always been an attraction factor in tourism”
(Dahlgaard-Park, n.d.).

Arsitektur memiliki peran penting dalam menciptakan daya tarik dari suatu destinasi melalui pengalaman yang didapat oleh wisatawan. Elemen-elemen arsitektur tidak hanya berfungsi sebagai wadah bagi aktivitas wisata, namun juga mampu memfimarnghadirkan identitas dan atmosfer khas yang melekat pada destinasi tersebut (Tuan, 1977)) dan (Norberg-Schulz, 1980) Berbagai studi telah dilakukan dan menunjukkan bahwa arsitektur dapat memengaruhi persepsi estetika, kenyamanan, dan keterlibatan emosional wisatawan (Ye & Tussyadiah, 2024), (Dahlgaard-Park, n.d.) dan (Specht, 2009) Arsitektur dengan identitas dan ciri khas yang kuat dari suatu tempat mampu memberikan nilai tambah dan pengalaman autentik yang dicari oleh wisatawan. Dengan demikian, kajian ini akan mengeksplorasi peran arsitektur dalam membentuk pengalaman wisatawan melalui tinjauan literatur terkait.

MENGHIDUPKAN DAYA TARIK

Mengacu pada Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, atraksi atau daya tarik wisata dapat diartikan sebagai segala hal yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia. Dengan begitu, atraksi digolongkan menjadi tiga kategori yaitu atraksi alam yang terdiri dari keindahan bentang alam, atraksi budaya berupa

sejarah, seni, dan kerajinan, serta atraksi buatan yang di antaranya adalah atraksi kreatif (Kabess et al., 2022).

Atraksi dikemas sedemikian rupa sehingga berperan sebagai daya tarik yang memberikan motivasi awal bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Keputusan berkunjung ini dipengaruhi oleh variasi kegiatan yang ditawarkan oleh atraksi wisata kepada wisatawan (Mardalis & Wijaya, 2016). Wisatawan mencari pengalaman yang bermakna dan menarik, salah satunya, melalui atraksi yang memenuhi harapan wisatawan, baik dari segi visual (*what to see*) maupun aktivitas (*what to do*). Keterlibatan langsung wisatawan dengan atraksi wisata memberikan dimensi tambahan pada pengalaman mereka dan memperkaya kunjungan mereka ke destinasi tersebut (Helpiastuti, 2018). Hal ini lah yang menciptakan keterhubungan emosional antara wisatawan dan destinasi. Pengalaman yang menarik dan unik dapat membangun memori jangka panjang dan meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi tersebut (Isdarmanto, 2017).

Pengalaman wisatawan adalah apa yang dirasakan secara subjektif oleh individu yang melakukan perjalanan wisata dari produk wisata yang diterimanya, baik secara langsung atau tidak langsung (Rista et al., 2019). Pengalaman ini merupakan akumulasi psikologis dari rangkaian sebelum perjalanan (ekspektasi), saat perjalanan, dan setelah perjalanan (kenangan) (Sheng & Chen, 2013).

Faktor-faktor yang menjadi pembentuk pengalaman berwisata adalah faktor *conditional experience*, *relational experience*, dan *historical experience* (Rikona et al., 2016). *Conditional experience* adalah variabel-variabel dasar yang dialami saat berwisata, seperti di antaranya keindahan, kepuasan, cuaca, relaksasi, kesenangan, kenyamanan, event, memorabilitas, dan pengalaman. Faktor *relational experience* adalah adanya hubungan yang baik antara wisatawan dengan penduduk setempat. Beberapa di antara variabel dari faktor ini adalah relasi, pengakuan, keramahan, dan keamanan. Faktor *historical experience* adalah faktor berdasarkan nilai atau sejarah dari suatu destinasi wisata, di antaranya adalah sejarah, karakter, budaya local, dan perasaan ditempat berbeda.

Dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata yang bermakna memiliki peran penting dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata melalui pengalaman yang didapat oleh wisatawan.

Pengalaman wisata yang dirasakan secara subjektif oleh individu, baik sebelum, saat, maupun setelah perjalanan, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi pengalaman (keindahan, cuaca, kenyamanan), hubungan sosial (interaksi dengan penduduk lokal), dan nilai historis destinasi. Pengalaman yang unik dan memuaskan dapat membangun keterhubungan emosional dengan wisatawan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi tersebut.

MERANGKAI PENGALAMAN

Pengalaman wisatawan didapat dari interaksi wisatawan dengan atraksi ataupun destinasi wisata melalui identitasnya. Dalam hal ini, Arsitektur di suatu destinasi berperan penting dalam mencerminkan identitas tempat tersebut. Wisatawan seringkali memandangi arsitektur sebagai simbol atau representasi dari karakter dan budaya unik destinasi yang mereka kunjungi. Melalui interaksi, wisatawan memahami dan menjadi terhubung dengan suatu tempat tersebut secara lebih mendalam (Ye & Tussyadiah, 2024). Interaksi utama antara wisatawan dan arsitektur sebagai atraksi dari suatu destinasi wisata terbagi menjadi 4 mode yaitu: mengamati (*gazing*), mengelilingi (*touring*), membaca (*reading*), dan merenung (*pondering*) (Ye & Tussyadiah, 2024).

1. Mengamati (*Gazing*):

Mode ini melibatkan observasi visual dari arsitektur. Wisatawan biasanya mengagumi keindahan, keunikan, atau monumentalitas bangunan dari jarak jauh atau dekat. Proses mengamati ini sering kali pasif, di mana wisatawan hanya melihat arsitektur sebagai bagian dari pemandangan atau lanskap tempat yang mereka kunjungi. Meski pasif, pengalaman ini dapat menciptakan kesan mendalam karena arsitektur sering menjadi ikon visual dari destinasi tersebut.

2. Mengelilingi (*Touring*):

Mode ini lebih aktif, di mana wisatawan mengunjungi dan menjelajahi bangunan atau situs arsitektural secara langsung. Proses ini melibatkan fasilitas tur atau pengalaman fisik langsung seperti berjalan melalui bangunan, ruang, atau situs. Dalam mode ini, wisatawan tidak hanya melihat arsitektur dari luar, tetapi juga merasakan suasana interior dan fungsi bangunan dalam konteks sejarah atau budaya lokal.

3. Membaca (*Reading*):

Dalam mode ini, wisatawan menginterpretasi dan memahami arsitektur dengan membaca atau mempelajari sejarah, latar belakang, dan makna simbolis dari bangunan tersebut. Proses ini melibatkan pembelajaran aktif, di mana wisatawan mencari informasi melalui panduan, plakat informasi, buku, atau bahkan cerita lokal. Wisatawan kemudian menghubungkan pengetahuan mereka dengan arsitektur yang mereka lihat, sehingga memperdalam pemahaman mereka terhadap nilai budaya atau sejarah dari bangunan tersebut.

4. Merenung (*Pondering*):

Mode ini melibatkan refleksi pribadi dan emosional terhadap arsitektur. Wisatawan menggunakan arsitektur sebagai medium untuk introspeksi, di mana mereka mungkin mengaitkan pengalaman arsitektural dengan identitas atau pengalaman pribadi mereka. Arsitektur dalam konteks ini berfungsi sebagai pemicu pemikiran mendalam tentang tempat, waktu, atau bahkan diri sendiri. Ini sering kali menghasilkan pengalaman transformasional, di mana wisatawan merasakan hubungan emosional atau spiritual yang kuat dengan tempat tersebut.

Keempat mode ini tidak selalu terjadi secara terpisah, melainkan sering kali saling melengkapi. Seorang wisatawan mungkin memulai dengan mengamati sebuah bangunan dari luar, lalu memutuskan untuk mengelilinginya secara fisik, membaca tentang sejarahnya, dan akhirnya merenungkan makna yang lebih dalam dari bangunan tersebut dalam konteks pribadi atau sejarah. Setiap mode memberikan lapisan pengalaman yang berbeda, menciptakan interaksi yang kaya antara wisatawan dan arsitektur, yang pada akhirnya memperkaya pemahaman dan pengalaman wisatawan.

Interaksi wisatawan dengan arsitektur tidak hanya berupa apresiasi visual, tetapi melibatkan pengalaman fisik, intelektual, dan emosional. Arsitektur menjadi alat bagi wisatawan untuk memahami tidak hanya tempat yang mereka kunjungi, tetapi juga untuk merefleksikan identitas diri dan menjalin hubungan yang lebih dalam dengan budaya dan sejarah tempat tersebut. Inilah yang membuat arsitektur berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang transformasional bagi wisatawan.

DARI RUANG KOSONG MENJADI TEMPAT BERMAKNA

Transformasi *space* dan *place* dalam konteks pariwisata merupakan proses yang krusial dalam menciptakan atraksi yang bermakna

dan berkesan bagi wisatawan. wisatawan tidak hanya mencari ruang fisik untuk dikunjungi, tetapi juga menginginkan pengalaman yang autentik dan penuh makna yang dapat memberikan mereka koneksi mendalam dengan destinasi tersebut. Penjelasan terkait *space* dan *place* dalam tulisan ini berlandaskan pada teori “Being and Place” oleh Martin Heidegger (1975), “Genius Loci” oleh Christian Norberg-Schulz (1980), dan “Humanistic Geography” oleh Yi-Fu Tuan (1977).

Yi-Fu Tuan mendefinisikan *space* sebagai kebebasan dan potensi. Bagi Tuan, *space* adalah wilayah terbuka dan abstrak yang memungkinkan pergerakan dan eksplorasi, tetapi tidak memiliki makna sampai manusia mulai memanfaatkan ruang tersebut. *Place*, di sisi lain, muncul ketika *space* diberi makna melalui pengalaman dan interaksi manusia. Tuan menekankan peran pengalaman manusia dalam mengubah *space* menjadi tempat, terutama melalui proses keterikatan emosional dan keterlibatan fisik yang memberikan karakter dan identitas unik pada tempat tersebut.

Sementara itu, Martin Heidegger lebih menekankan konsep “*dwelling*” dalam hubungannya dengan *place*. Heidegger melihat *place* bukan hanya sebagai ruang yang bermakna secara emosional, tetapi juga sebagai bentuk eksistensi di mana manusia “mendiami” dunia dengan cara yang lebih mendalam dan autentik. Baginya, *space* menjadi *place* melalui proses *dwelling*, di mana manusia tidak hanya tinggal secara fisik, tetapi juga merasakan keterhubungan eksistensial dengan lingkungan. Christian Norberg-Schulz, yang banyak terinspirasi oleh Heidegger, memperkenalkan konsep “*genius loci*”, yang melihat *place* sebagai sesuatu yang memiliki karakter dan roh khas. Norberg-Schulz fokus pada bagaimana tempat memiliki atmosfer dan identitas yang dibentuk oleh konteks alam, sejarah, dan budaya, yang menciptakan pengalaman unik bagi manusia yang mendiami tempat tersebut.

Ketiga teori dari Yi-Fu Tuan, Martin Heidegger, dan Christian Norberg-Schulz tersebut memiliki kesamaan dalam memandang *space* sebagai sesuatu yang abstrak, netral, dan tidak memiliki makna secara intrinsik. *Space* dianggap sebagai suatu area yang terbuka yang belum, bukan tidak, didefinisikan. Area ini dapat digunakan untuk eksplorasi dan penuh dengan potensi, tetapi belum memiliki keterikatan emosional atau identitas tertentu. Baik Tuan, Heidegger, maupun Norberg-Schulz setuju

bahwa *space* menjadi lebih bermakna hanya ketika manusia berinteraksi dengannya dan memberikan konteks, baik melalui pengalaman, aktivitas, maupun hubungan sosial.

Selain itu, dalam ketiga teori tersebut terdapat pandangan yang sama bahwa *place* adalah *space* yang telah mendapatkan makna dan identitas melalui kehadiran dan pengalaman manusia. *Place* bukan sekadar ruang fisik, tetapi juga merupakan konstruksi psikologis dan sosial yang berkembang karena adanya keterlibatan emosional dan sosial. Manusia memberikan arti pada tempat melalui ingatan, budaya, dan pengalaman mereka, dan tempat ini kemudian menjadi bagian penting dari identitas manusia. Dalam perspektif ini, *place* mencerminkan bagaimana manusia merasa “berada” di dunia dan menciptakan ikatan yang lebih dalam dengan lingkungan mereka. Dalam pariwisata, transformasi ruang fisik (*space*) menjadi tempat yang bermakna (*place*) memainkan peran penting dalam membentuk koneksi emosional dan pengalaman wisatawan dengan suatu destinasi.

SIMPULAN

Arsitektur memiliki peran penting dalam membentuk daya tarik wisata karena tidak hanya menyediakan latar fisik bagi aktivitas wisatawan, tetapi juga menciptakan identitas dan atmosfer khas suatu destinasi. Keberadaan arsitektur yang unik dan ikonik mampu memperkaya pengalaman wisatawan melalui pengaruhnya terhadap persepsi estetika, kenyamanan, dan keterlibatan emosional. Pengalaman wisatawan sendiri terbentuk dari interaksi mereka dengan berbagai atraksi, baik alam, budaya, maupun arsitektur buatan, di mana pengalaman ini dipengaruhi oleh kondisi lingkungan, hubungan sosial, serta nilai sejarah suatu tempat. Interaksi wisatawan dengan arsitektur dapat terjadi melalui beberapa mode, seperti mengamati, mengelilingi, membaca, dan merenung, yang saling melengkapi dan memperkaya keterlibatan wisatawan dengan destinasi yang dikunjungi. Dalam konteks pariwisata, ruang fisik yang awalnya bersifat abstrak dan netral dapat berubah menjadi tempat yang bermakna melalui interaksi manusia yang memberikan nilai dan identitas, sehingga menciptakan pengalaman autentik yang memperkuat koneksi emosional wisatawan dengan destinasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahlggaard-Park, S. M. (n.d.). Architecture in tourism-Case of Copenhagen-Visitors' perspective.
- Heidegger, M. (1975). Poetry, Language, and Thought. In Poetry, Language, and Thought. Harper & Row.
<http://mysite.pratt.edu/~arch543p/readings/Heidegger.html>
- Helpiastuti, S. B. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur. *Journal of Tourism and Creativity*, II.
- Irdarmanto. (2017). Dasar-Dasar Kepariwisataan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. Gerbang Media Aksara.
- Kabes, R., Soedihwahjono, & Suminar, L. (2022). Kajian Potensi dan Permasalahan Desa Ponggok, Kabupaten Klaten, sebagai Desa Wisata. *Desa-Kota*, 4. <http://jurnal.uns.ac.id/jdk>
- Mardalis, A., & Wijaya, R. P. (2016). Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan dan Keinginan Wisatawan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis FEB UMSIDA 2016*, 20–32. <http://nasional.kompas.com/>
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. Rizzoli International Publications.
- Rikona, Y., Majid, T. I., & Octavia, D. (2016). Analisis Faktor Tourism Experience Kota Bandung (Analysis Factor of Tourism Experience in Bandung City). *E-Proceeding of Management*, 3.
- Rista, Sinangjoyo, N. J., & Damasdino, F. (2019). Membangun Imajinasi Wisatawan Melalui Pengalaman Perjalanan di Kawasan Wisata Warisan Budaya. *Media Wisata*, 17.
- Sheng, C. W., & Chen, M. C. (2013). Tourist Experience Expectations: Questionnaire Development and Text Narrative Analysis. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 7(1), 93–104. <https://doi.org/10.1108/17506181311301390>
- Specht, J. (2009). The Role of Architecture in Tourism Destination Development and Branding. In S. Krakover & N. Uriely (Eds.), *Tourism Destination Development and Branding* (pp. 98–106).
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. University of Minnesota Press.
- Ye, H., & Tussyadiah, I. P. (2024). Tourists' Transformation Experience: From Destination Architecture to Identity Formation. <https://hdl.handle.net/20.500.14394/48272>