

Peran Citra Visual terhadap Daya Tarik Kawasan Wisata Malioboro

Agus S. Sadana

Jurusan Arsitektur, Universitas Pancasila

Abstrak

Malioboro adalah koridor kota yang sekaligus menjadi kawasan wisata. Citra kawasan wisata dapat terbentuk oleh aspek-aspek eksistensi dan karakteristik lingkungan, ekspresi budaya, dan artefak yang terlihat oleh pengunjung. Secara visual, aspek-aspek tersebut akan dipersepsikan dan mempengaruhi gambaran mental yang dirasakan oleh pengamat. Diketuainya kinerja ketiga aspek tersebut dapat dimanfaatkan dalam rangka mengembangkan koridor malioboro sebagai kawasan wisata. Selanjutnya gambaran mental tersebut akan mempengaruhi citra yang dihasilkan oleh koridor malioboro sebagai kawasan wisata. Pengumpulan data menggunakan metode diferensial semantik dan membandingkan prioritas objek yang lebih disukai dipergunakan untuk menggali pendapat responden. Hasilnya menunjukkan bahwa aspek ekspresi budaya dan artefak yang cenderung mengarah kepada aktivitas, kebidupan, dan kekayaan budaya merupakan aspek yang memiliki peran lebih utama dalam pembentukan citra kawasan wisata. Adapun karakteristik lingkungan lebih kecil perannya. Selain itu, dapat diketahui bahwa wisatawan kurang menyukai objek yang pada dengan kerumunan manusia.

Kata-kunci : koridor, kota, persepsi, visual, wisata

Citra Tempat

Terkait dengan citra kota dan tempat, Purwanto (2014) menjelaskan bahwa kota harus mempunyai citra yang baik, karena kota dengan citra yang baik maka akan mudah dibayangkan dan meninggalkan kesan bagi siapapun. Kota atau tempat memiliki citra yang baik dapat terjadi dari adanya kenangan yang cukup kuat dalam diri pengamat karena kota tersebut berhasil menjadikan dirinya sebagai tempat memproduksi banyak kenangan bagi siapapun yang menikmatinya. Purwanto (dalam Pettricia, 2014) melanjutkan bahwa hubungan timbal balik manusia dengan lingkungan perkotaan merupakan proses dua arah yang saling terkait, didukung oleh ciri-sifat yang dapat memberikan citra lingkungan, maupun kejiwaan manusia.

Citra Ruang Kota dan Daya Tarik Wisata

Dalam kajian ruang kota, situasi visual pada suatu koridor merupakan pemandangan dilihat

dan dipersepsikan oleh pengamat. Wujudnya dapat berupa tampak muka atau fasad, beserta aktivitas-aktivitas yang berada di sekitarnya. Situasi visual tersebut yang kemudian menghasilkan citra ruang kota.

Pitana dan Gayatri (2005) menjelaskan bahwa setiap destinasi wisata memiliki citra (*image*) tertentu, berupa *mental maps* seseorang terhadap suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan, dan persepsi. Lebih lanjut, citra pada destinasi wisata terbentuk dari kombinasi antara berbagai faktor yang dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok faktor, yaitu (Pitana., dan Gayatri, 2005): (1) faktor pada destinasi tersebut, seperti: cuaca, pemandangan alam, keamanan, kesehatan dan sanitasi, keramah-tamahan, dan lain-lain; dan (2) faktor informasi yang diterima dari berbagai sumber atau fantasi wisatawan sendiri.

Pariwisata adalah salah satu bagian dari *hospitality industry* (industri keramah-tamahan). Citra

memiliki peran yang penting dalam pariwisata. Pentingnya citra dalam kepariwisataan ditegaskan oleh Buck (dalam Pitana., dan Gayatri, 2005) yang memandang bahwa pariwisata adalah industri yang berbasis citra, karena citra mampu membawa calon wisatawan ke dunia simbol dan makna. Terkait dengan citra, simbol dan makna, Purwanto (dalam Pettricia, 2014) menerangkan bahwa citra terhadap suatu kota berkaitan erat dengan identitas dari beberapa elemen dalam suatu kota yang berkarakter dan khas sebagai jati diri yang dapat membedakan dengan kota lainnya.

Daya tarik merupakan unsur yang paling penting dalam rangka mendatangkan wisatawan ke suatu lokasi wisata. Secara visual, Dalam pengembangan lokasi wisata, terdapat aspek-aspek (Egam, 2012): (1) eksistensi dan karakteristik lingkungan, (2) ekspresi budaya, dan (3) artefak. Secara visual, ketiga aspek tersebut memberikan kesan yang dipersepsikan dan mempengaruhi gambaran mental yang dirasakan oleh pengamat.

Wisatawan Dan Keinginannya

Orang-orang yang datang ke lokasi wisata pada dasarnya adalah konsumen. Motivasi mereka untuk mengunjungi kawasan wisata terkait erat dengan studi perilaku konsumen. Motivasi muncul ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhan (Mill dan Morrison., dalam Kassean dan Gassita, 2013), yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang mungkin untuk mendapatkan kepuasan (Moutinho., dalam Kassean dan Gassita, 2013). Artinya perilaku konsumen menjelaskan sikap seseorang terhadap sesuatu yang ditawarkan kepadanya. Sikap atau *attitude* melibatkan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dan merupakan tendensi seseorang mengenai menguntungkan atau tidak menguntungkannya suatu tindakan seseorang terhadap objek-objek tertentu (Kotler, 2000; Assael, 2001)

Koridor Malioboro Sebagai Lokasi Wisata

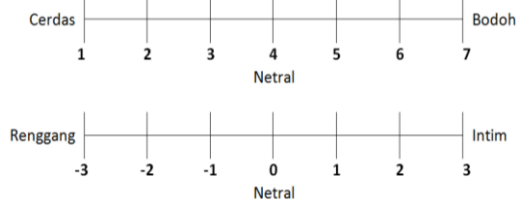
Yogyakarta adalah kota yang dicitrakan oleh masyarakat sebagai kota wisata dengan koridor Malioboro sebagai tujuan sebagian besar wisa-

tawan. Artinya, koridor Malioboro merupakan destinasi utama wisata di Kota Yogyakarta. Terkait dengan peran koridor Malioboro sebagai destinasi utama wisata di Kota Yogyakarta, dapat dikatakan elemen-elemen berkarakter dan khas yang terdapat di sepanjang koridor Malioboro merupakan unsur pendorong terbentuknya jati diri kawasan yang melalui dimensi: simbolik, fungsional, emosional, historik, budaya, politik yang diterima oleh pengamat (wisatawan) yang memberikan makna bagi mereka dan menghasilkan citra tertentu bagi Malioboro sebagai kawasan destinasi wisata utama di Kota Yogyakarta. Berdasarkan ketiga aspek yang menjadi inti dari penelitian, serta proses terbentuknya citra melalui persepsi pengamat terhadap objek-objek yang dilihatnya, dapat dikatakan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui eksistensi dan karakteristik objek-objek yang diteliti di sepanjang koridor Malioboro.
2. Mengetahui kekuatan ekspresi budaya yang dapat diserap oleh wisatawan pada objek-objek yang diteliti.
3. Mengetahui keragaman objek yang dapat dinikmati dan membentuk citra koridor Malioboro.
4. Mengetahui tipe-tipe objek yang menarik dan tidak menarik bagi masyarakat yang datang dan mengunjungi kawasan Malioboro.

Metode

Penelitian ini dilaksanakan secara kuantitatif dengan menggunakan atribut-atribut yang saling berlawanan yang dikenal sebagai diferensial semantik (Osgood, Suci, dan Tannenbaum., dalam Manurung, 2008), adapun respon yang terjadi diukur dengan menggunakan pasangan kata sifat yang saling berlawanan (Widhiarso, 2013). Berdasarkan uraian tersebut dapat dikatakan bahwa skala diferensial semantik dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengukur persepsi seseorang terhadap keadaan atau situasi tertentu berdasarkan kondisi empiris yang dialami oleh seseorang. Model penerapan diferensial semantik digambarkan dalam bagan seperti yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Diferensial Semantik.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara menjangrik pendapat responden terhadap empat objek amatan yang tersebar di lokasi penelitian. Lokasi penelitian adalah koridor Malioboro ruans Stasiun Tugu – nol kilometer. Titik-titik yang diamati dapat dilihat dalam Gambar 2.



Gambar 2. Titik-titik Amatan di Koridor Malioboro.

Persepsi responden terhadap objek-objek yang digali berdasarkan faktor-faktor penelitian yang dikembangkan dari aspek-aspek penting pengembangan lokasi wisata (Egam, 2012): (1) eksistensi dan karakteristik lingkungan, (2) ekspresi budaya, dan (3) artefak. Faktor-faktor tersebut selanjutnya diuraikan ke dalam indi-

kator-indikator penelitian seperti yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Penelitian

FAKTOR	INDIKATOR PENELITIAN	
Karakteristik Lingkungan	Terik	Teduh
	Sempit	Lapang
	Jelek	Indah
	Suram	Cerah
		Netral
Ekspresi Budaya	Membosankan	Menarik
	Monoton	Bervariasi
	Saling bertentangan	Saling Selaras
	Kacau Balau	Berirama
Artefak / Keragaman Objek	Sedikit	Banyak
	Itu-itu Saja	Beragam
	Tidak Bermakna	Bermakna
	Tidak Berekspre	Berekspre
		si

Metode Analisis Data

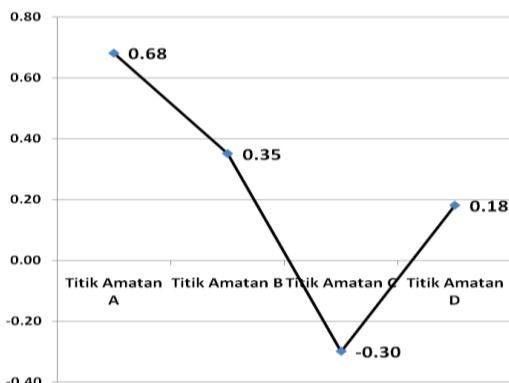
Analisis dilakukan dengan cara membandingkan rata-rata nilai persepsi yang diperoleh masing-masing faktor yang diteliti pada objek-objek yang diamati. Selanjutnya hasilnya dibandingkan dengan skala prioritas pengamat dalam memilih objek-objek yang paling diminati hingga paling tidak diminati. Hasilnya dipergunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja besar perannya atau kurang perannya dalam membentuk citra positif bagi koridor Malioboro sebagai kawasan wisata. Selanjutnya ditarik kesimpulan guna memberikan usulan-usulan bagi peningkatan citra kawasan di masa depan.

Mengacu kepada uraian Zube (dalam Palmer, 2011) tentang mensimulasikan lingkungan yang diteliti, pengamatan terhadap objek-objek penelitian dilakukan melalui simulasi visual koridor Malioboro menggunakan foto berwarna.

Analisis dan Hasil

Persepsi Resppnden Antar Objek memiliki pola pergerakan yang menggambarkan adanya citra positif dan negatif pada objek-objek yang diamati. Variasi dan pola pergerakan persepsi res-

ponden antar objek amatan tersaji dalam Gambar 3.



Gambar 3. Variasi Persepsi Responden Terhadap Objek-objek Amatan.

Pada objek A diketahui bahwa karakteristik lingkungan, ekspresi budaya, serta keragaman objek direpson secara positif oleh pengamat. Artinya objek A merupakan objek wisata yang mampu memberikan citra yang baik bagi wisatawan.

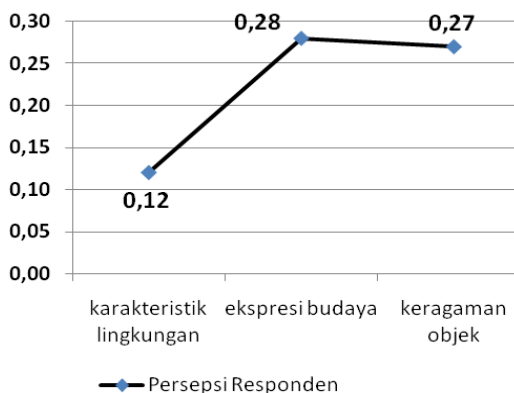
Pada objek B diketahui bahwa nilai yang diperoleh berada posisi yang cukup rendah namun berada pada skala positif. Artinya, objek B dapat memberikan citra positif, namun kekuatannya lemah.

Pada objek C dapat diketahui bahwa objek tersebut memiliki citra yang negatif. Hal ini terjadi karena responden kurang minatnya terhadap objek C. Jika pada objek C terlihat keramaian manusia, bisa jadi kedatangan mereka lebih dikarenakan tertarik dengan produk yang diajakan, bukan karena citra positif yang dihasilkan oleh tempat tersebut.

Pada objek D, diperoleh hasil bahwa objek D mampu memberikan citra positif, namun kadar daya tariknya sangat rendah. Artinya objek D belum merupakan tempat yang menarik sebagai objek wisata.

Persepsi responden terhadap faktor-faktor yang diteliti seluruhnya berada pada posisi citra yang positif. Perbedaan nilai persepsi yang diperoleh menggambarkan peran masing-masing faktor sebagai unsur penting dalam pengembangan

koridor Malioboro sebagai kawasan wisata. Pola pergerakan persepsi antar faktor dapat dilihat dalam Gambar 4.



Gambar 4. Persepsi Responden Terhadap Faktor-faktor Yang Diteliti: eksistensi dan karakteristik lingkungan, ekspresi budaya, dan artefak.


Hasil pemeringkatan menunjukkan adanya gradasi objek-objek yang paling diminati hingga paling tidak diminati oleh pengamat. Perbedaan peringkat antar objek amatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Dari informasi yang tersaji dalam Tabel 2 dapat diketahui bahwa objek A merupakan objek yang paling diminati responden dan objek C merupakan objek yang paling tidak diminati, sedangkan objek B dan D berada diantaranya. Objek yang paling tidak diminati (objek C) menggambarkan lokasi wisata yang berada di bawah atap, dengan aktivitas yang sangat berfokus pada tempat penjualan barang-barang khas setempat. Secara objek lokasi tersebut kurang menarik responden, namun tetap ada keramaian manusia yang mungkin lebih didominasi oleh kepentingan membeli oleh-oleh atau kenang-kenangan. Artinya secara lokasi objek C terlalu kecil perannya dalam mem-bentuk citra kawasan.

Kesimpulan

Koridor Malioboro adalah kawasan wisata dengan ciri khusus khas budaya setempat. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa wisatawan di kawasan wisata budaya lebih menyukai objek-objek bersuasana tenang.

Tabel 2. Peringkat Peminatan Antar Objek Amatan

PERINGKAT	NILAI	OBJEK AMATAN
1	42	
2	58	
3	86	
4	90	

Dari empat objek amatan yang diteliti ditemukan adanya gradasi peminatan responden terhadap objek-objek wisata yang direliti. Di kawasan wisata budaya ditemukan adanya kecenderungan tertentu wisatawan terhadap objek-objek yang tersedia, yaitu: Objek yang terlihat tenang cenderung lebih disukai daripada objek yang ramai. Objek yang memadukan unsur dinding masif dengan unsur tanaman merupakan objek yang dianggap paling baik oleh wisatawan. Objek yang terlihat tenang dengan dinding-dinding masif di kedua sisinya cukup disukai wisatawan, namun dianggap tidak sebaik objek yang memiliki unsur pepohonan. Objek yang terlihat ramai oleh manusia kurang disukai oleh wisatawan.

Saran Bagi Penelitian Lebih Lanjut

Penelitian pada kawasan wisata Maliboro ini baru meliputi separuh dari ruas koridor, yaitu ruas Stasiun Tugu hingga titik nol kilometer. Secara keseluruhan kawasan wisata Malioboro dimulai dari Tugu Pal Putih, melintasi Stasiun Tugu, dan berakhir di titik nol kilometer. Secara visual terlihat perbedaan mencolok dari segi keragaman objek dan keramaian wisatawan yang terdapat di dua ruas tersebut.

Oleh karena itu dipandang perlu dilakukan penelitian lanjutan pada ruas yang belum diteliti guna mendapatkan hasil yang dapat dibandingkan, khususnya untuk mengetahui respon wisatawan terhadap objek-objek sejenis yang berada di area yang berbeda tingkat kepadatan pengunjungnya.

Guna meningkatkan ketepatan data, perlu dilakukan penelusuran lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mungkin perlu ditambahkan dalam rangka mengetahui citra yang diharapkan oleh wisatawan pada kawasan wisata berciri budaya yang berada di suatu koridor kota tanpa menghilangkan jatidirinya sebagai kawasan wisata budaya.

Daftar Pustaka

- Asael, H. (2001). *Consumer Behavior & Marketing Action*. Singapore: Thomson Learning.
- Egam, P. P. (2012). Pengembangan Wisata Kota untuk Memperkuat Citra Kota Wisata, Kasus: Permukiman Bantik di Malalayang. *Makalah ilmiah Jurusan Arsitektur Universitas Sam Ratulangi Manado*. Online di: <http://repo.unsrat.ac.id/142/1/Matrasains.pdf>; Diakses pada 31 Maret 2016.
- Kassean, H., dan Gassita, R (2013). Exploring Tourists Push And Pull Motivations To Visit Mauritius As A Tourist Destination. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2 (3), 1 – 13.
- Kotler, P. (2001). *A Framework for Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Manurung, P. (2008). Kualitas Pencahayaan Pada Bangunan Kolonial di Yogyakarta. *Jurnal Dimensi Teknik Arsitektur*, 36 (1), 28 – 34.
- Palmer, J. F., dan Hoffman, R. E. (2001). Rating Reliability And Representation Validity In Scenic Landscape Assessments. *Journal 34 Landscape and Urban Planning* 54, 149-161. Online di: http://www.nrs.fs.fed.us/pubs/jrnl/2001/nc_2001_palmer_002.pdf; Diakses pada 29 Juni 2015.
- Pettricia, H. A., Wardhani, D. K., dan Antariksa (2014). Elemen Pembentuk Citra Kawasan Bersejarah Di Pusat Kota Malang. *Jurnal RUAS*, 12 (1), 10-23. Online di: <http://ruas.ub.ac.id/index.php/ruas/article/download/148/152>; Diakses pada 22 Juli 2016.
- Pitana, I. G. dan Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Purwanto, E. (2014). *Memahami Citra Kota: Teori, Metode, Dan Penerapannya*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Online di: http://eprints.undip.ac.id/47816/2/BUKU_BAB-1.pdf; Diakses pada 22 Juli 2016.

Peran Citra Visual terhadap Daya Tarik Kawasan Wisata Malioboro

Widhiarso, W. (2013). *Semantik Diferensial*, Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta. Online di: http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/3_-semantik_diferensial.pdf; Diakses pada: 30 Agustus 2013.