

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kesenjangan Kabupaten dan Kota**

Kawasan akan selalu dibentuk oleh perubahan sosial, ekonomi, dan konteks lingkungan. Setelah krisis tahun 1997, Indonesia mulai merasakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi pada dekade terakhir, terutama di wilayah perkotaan. Namun, pertumbuhan ini juga makin memperburuk kesenjangan pendapatan di wilayah tersebut (Sutanudjaja et al., 2018). Kesenjangan sosial diakibatkan karena perbedaan karakteristik sosial, ekonomi, budaya, politik antara daerah *urban* dan rural yang melakukan *urbanisasi*. *Urbanisasi* di Indonesia mengalami proses yang cepat dan menciptakan perbedaan karakter di setiap wilayahnya, seperti pada jenis dan sebaran kota-kota yang tumbuh dan berkembang di wilayahnya masing-masing (Mardiansjah & Rahayu, 2019). Banyak pakar yang percaya bahwa kesenjangan pada wilayah merupakan hal yang wajar dan harus dibayar dalam proses pembangunan karena adanya keterkaitan antara wilayah satu dengan wilayah yang lain sebagai sebuah sistem. Dengan kata lain ada proses interaksi dan interdependensi antar subsistem (Wilsonyudho, 2009).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) pada September tahun 2012, data menunjukkan bahwa penduduk miskin pedesaan baik di provinsi maupun dalam skala nasional lebih tinggi jumlahnya dibandingkan dengan penduduk perkotaan. Data yang sama juga menunjukkan terdapat kesenjangan antara penduduk perkotaan dan pedesaan terhadap pendidikan. Kemiskinan dan pendidikan masyarakat desa menjadi problem krusial yang secepatnya harus mendapatkan perhatian dari seluruh stakeholders terutama pemerintah baik pusat dan daerah (Fatkhuri, 2013). Salah satu contoh permasalahan ini adalah kota besar seperti Jakarta yang berkembang terlalu pesat dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia, hal ini ditandai dengan jumlah uang yang beredar di Jakarta mencapai 70% dari peredaran uang nasional. Data-data ini merupakan bukti bahwa terdapat kesenjangan antara masyarakat di desa dan kota.

Salah satu cara mengatasi kesenjangan di desa dan kota adalah dengan pemerataan pembangunan. Pembangunan sebuah kawasan dapat dipengaruhi oleh investasi pembangunan daerah. Pembangunan ini menjadi hal yang penting bagi semua negara, terutama karena globalisasi dengan kemajuan teknologi dan perkembangan ilmu

pengetahuan telah berdampak pada perubahan dan pembaharuan dalam semua aspek kehidupan manusia. Adapun dalam proses pembangunan harus mencakup aspek ekonomi maupun sosial. Kebijakan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan yang disertai dengan pemerataan pembangunan infrastruktur diharapkan berdampak pada penciptaan iklim investasi yang baik antar wilayah (Maulana, 2020). Pembangunan ini juga meliputi pembangunan kawasan yang memiliki identitas khas sebagai salah satu upaya *urban* untuk mengatasi masalah perekonomian lokal (Muratovski, 2012; Wandari et al., 2014).

## **2.2 Arsitektur Kota**

### **2.2.1 Kota**

Kota dalam Bahasa Inggris memiliki tiga arti kata yaitu *town*, *city*, dan *urban*. *Town* dan *city* diartikan sebagai area teritorial yang bercirikan kota, sedangkan *urban* menunjukkan kualitas kehidupan yang bercirikan kota. *Town* dan *city* dibedakan berdasarkan besaran kotanya, *city* lebih besar dibandingkan dengan *town*. Sedangkan *urban* menunjukkan ciri dan cara hidup yang memiliki suasana kehidupan modern (Kartono, 2010). Kota dibentuk untuk menciptakan pertemuan semua kegiatan dan kepentingan manusia dalam area ruang yang besar, dengan begitu kota disebut sebagai organisme yang merupakan pusat industri, perdagangan, pendidikan, pemerintahan, atau mencakup semua kegiatan tersebut (Mulyandari, 2011).

Sebagai karya arsitektur, ciri khas kota terletak pada konstruksi keruangannya yang memiliki skala luas dan rumit. Kota merupakan sasaran para perencana dan perancang yang secara langsung maupun tidak langsung mengubah struktur kota, sehingga walaupun kota selalu terlihat utuh, dalam kenyataannya selalu mengalami perubahan.

Menurut Yunus (2009), dalam bukunya yang berjudul 'Klasifikasi Kota', kota dapat diklasifikasikan menjadi empat yaitu berdasarkan hirarkinya, sebagai berikut:

#### **a. Klasifikasi Hierarki Kota Berdasarkan Jumlah Penduduk**

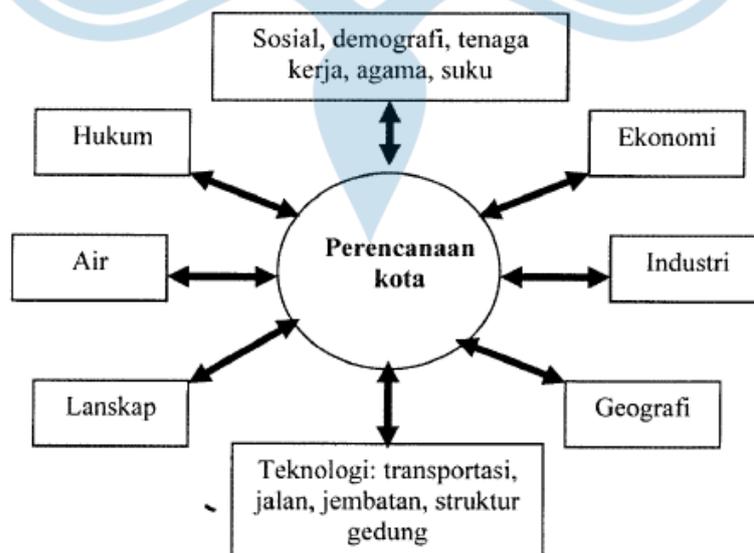
Cara ini merupakan cara yang sederhana, mudah, serta mempunyai kaitan yang erat dengan usaha-usaha penyidikan perkembangan suatu wilayah. Hal ini disebabkan karena jumlah penduduk suatu wilayah tertentu berpengaruh terhadap perkembangan suatu wilayah.

- b. Klasifikasi Hierarki Kota Berdasarkan Perbandingan Jumlah Penduduk Kota Tertentu dengan Kota Prima  
Cara ini dilakukan dengan membandingkan posisi kota-kota tertentu terhadap kota yang dianggap prima.
- c. Klasifikasi Hierarki Kota Berdasarkan Tingkat Pertumbuhan Penduduknya  
Klasifikasi ini menggunakan dua cara, yaitu penggolongan atas dasar interval tertentu dan tanpa interval tertentu.
- d. Klasifikasi Hierarki Kota Berdasarkan Fungsi Politik Administratif  
Dalam klasifikasi ini, fungsi suatu 'settlement' administrasi pemerintahan menjadi bahan pertimbangan dalam hierarki kota.  
Klasifikasi hierarki kota berdasarkan sifat pengelompokkan kota-kotanya ini terdapat dalam sistem kota, yang mana gejala pengelompokkan pusat-pusat kegiatan dapat terjadi dengan kondisi yang bervariasi (Yunus, 2009).

### 2.2.2 Perencanaan Kota

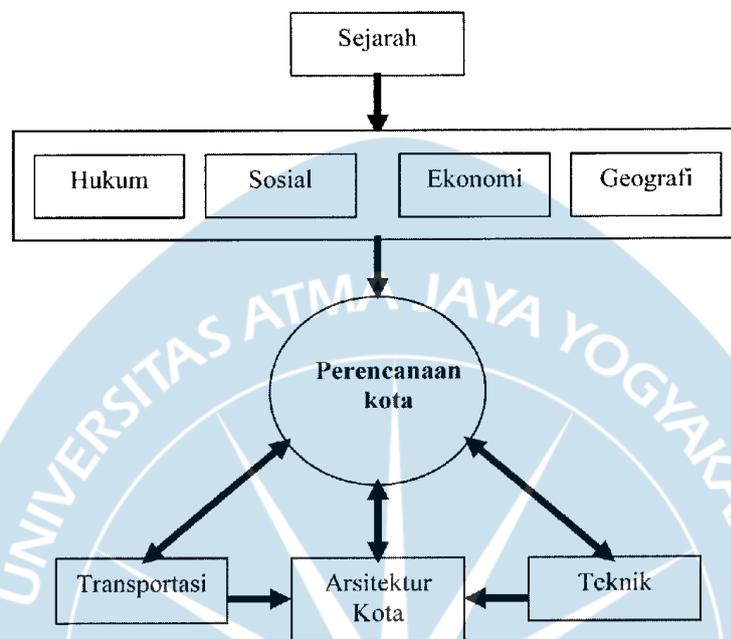
Perencanaan merupakan cara mengubah suatu keadaan dengan tujuan mencapai maksud yang dituju oleh perencana itu sendiri.

Pada perencanaan kota, terdapat ilmu-ilmu disiplin lain yang membantu untuk terwujudnya tujuan perencanaan. Seperti pada Gambar 2.1 digambarkan bahwa perencanaan kota membutuhkan ilmu-ilmu seperti ilmu sosial, demografi, hukum, sumber daya alam, teknologi, transportasi, struktur, geografi, industri, dan ekonomi.



Gambar 2.1 Disiplin ilmu pada perencanaan kota  
(Sumber: Fithri, 2014)

Gambar 2.2 menunjukkan bahwa sejarah merupakan faktor utama sebuah perubahan, yang berakibat pada perubahan hukum, sosial, ekonomi, dan geografi. Dengan begitu terjadi adanya perencanaan kota yang mengakibatkan penambahan moda transportasi, teknik manajemen kota, dan pada akhirnya terbentuk arsitektur kota.



Gambar 2.2 Faktor perubahan dan perencanaan kota  
(Sumber: Fithri, 2014)

Adapun aturan-aturan perencanaan kota (Lynch, 1981) meliputi:

- a. Peluang ekonomi (*economic opportunity*)
- b. Mendapatkan tingkat pendidikan yang lebih baik (*good school*)
- c. Tingkat pelayanan kesehatan (*quality health care*)
- d. Kelengkapan transportasi dan mutu jalan (*decent roads and public transportation*)
- e. Permukiman yang terjangkau (*affordable housing*)
- f. Tingkat kejahatan rendah (*low crime*)
- g. Lingkungan yang sehat (*a healthy environment*)
- h. Terdapat banyak tempat untuk aktivitas bersantai (*plenty of leisure activities*)

Pendekatan perencanaan kota tidak lepas dari tradisi perencanaan (Sastrosasmito, 2006), yaitu:

- a. Perencanaan sebagai reformasi sosial
- b. Perencanaan sebagai analisis kebijaksanaan
- c. Perencanaan sebagai pembelajaran sosial atau proses pengembangan masyarakat

- d. Perencanaan sebagai strategi mobilisasi masyarakat

### 2.2.3 *Urban Image*

Kota memiliki elemen-elemen yang penting dalam membentuk citra kota. Elemen ini dapat memperkuat identitas dan wajah kota sehingga membuat kota tersebut menarik dan memiliki daya tarik (Budiman et al., 2018). Elemen perancangan kota juga berpengaruh terhadap kualitas ruang kota (Risidian et al., 2020). Menurut Lynch (1960), elemen-elemen yang dalam perancangan kota, yaitu:

- a. Jalur (*Paths*)

Jalur atau *paths* merupakan saluran di mana pengamat berpotensi bergerak, seperti jalan, trotoar, jalur transit, kanal, dan rel kereta api.

- b. Batas (*Edges*)

Batas merupakan elemen linier yang tidak digunakan atau dianggap sebagai jalur oleh pengamat seperti batas antara dua fase serta jeda linier dalam kontinuitas seperti pantai, potongan rel kereta api, tepi pembangunan, dan dinding.

- c. Kawasan (*District*)

Kawasan adalah bagian kota yang berukuran sedang hingga besar, memiliki luas dua dimensi, dan memiliki beberapa karakter pengenal yang sama. Suatu kawasan dapat diidentifikasi dari dalam dan digunakan untuk referensi eksterior jika terlihat dari luar. Kebanyakan orang menyusun kota mereka sampai batas tertentu dengan cara ini.

- d. Simpul (*Nodes*)

Simpul merupakan titik-titik strategis di kota yang dapat dimasuki pengamat. Simpul dapat meliputi persimpangan, tempat istirahat transportasi, persimpangan atau konvergensi jalur, serta momen perpindahan dari satu struktur ke struktur lainnya.

- e. Tetenger (*Landmark*)

Tetenger adalah jenis lain dari referensi titik, dalam hal ini pengamat tidak masuk ke dalamnya, namun mereka berada di luar. Tetenger dapat berupa objek fisik yang didefinisikan secara sederhana seperti bangunan, tanda, toko, atau gunung. Beberapa tetenger juga dapat dilihat dari berbagai sudut dan jarak, di atas elemen yang lebih kecil, maupun digunakan sebagai referensi radial.

Lynch juga mengatakan bahwa manusia perlu memahami dan melakukan yang terbaik bagi lingkungan mereka melalui elemen-elemen ini. Perancangan perkotaan

dapat menciptakan lingkungan perkotaan yang lebih memuaskan secara psikologis jika memahami elemen-elemen kota tersebut (Lynch, 2020). Adapun menurut Shirvani (1985), elemen perancangan kota terdiri dari:

a. Tata Guna Lahan (*Land Use*)

Tata guna lahan adalah denah peruntukan lahan sebuah kota. Bangunan dibangun pada area ini dengan menyesuaikan fungsi yang telah ditentukan. Tata guna lahan ini juga akan membentuk sirkulasi, parkir, dan aktivitas pengguna ruang.

b. Bentuk dan Massa Bangunan (*Building Form and Massing*)

Bentuk dan massa bangunan adalah pengaturan hubungan antar massa yang meliputi, ketinggian bangunan, kepejalan bangunan, koefisien lantai bangunan, koefisien dasar bangunan, garis sempadan bangunan, langgam, skala, material, tekstur, dan warna.

c. Sirkulasi dan Parkir (*Circulation and Parking*)

Sirkulasi dan parkir merupakan elemen perancangan yang mengatur sistem transportasi dan mengarahkan pola aktivitas pengguna ruang. Sirkulasi dan tempat parkir yang diatur akan membentuk karakter suatu tempat dan mempengaruhi visual suatu ruang publik.

d. Ruang Terbuka (*Open Space*)

Ruang terbuka terdiri dari elemen lansekap keras dan elemen lansekap lunak. Elemen keras dapat berupa jalan, trotoar, bebatuan, dan sebagainya. Adapun elemen lunak meliputi tanaman, air, dan sebagainya. Perencanaan ruang terbuka terkait dengan perabot taman atau jalan (*street furniture*) seperti lampu, tempat sampah, papan nama, bangku taman, dan lain-lain.

e. Jalur Pejalan Kaki (*Pedestrian Ways*)

Jalur pejalan kaki berkaitan dengan sirkulasi dan pola aktivitas akibat perabot taman/jalan maupun aktivitas pendukung di ruang publik. Jalur pejalan kaki memiliki syarat perencanaan yang aman, bebas hambatan, mudah, dan mempunyai nilai estetika.

f. Aktivitas Pendukung (*Activity Support*)

Aktivitas pendukung meliputi kegiatan-kegiatan yang mendukung ruang publik di dalam kawasan kota. Bentuk aktivitas pendukung dapat berupa area komersial seperti toko, restoran, café, hingga area rekreasi seperti taman dan alun-alun.

g. Penanda (*Signage*)

Penanda meliputi petunjuk arah jalan, rambu lalu lintas, dan media iklan. Bentuk dari penanda dapat mempengaruhi visual suatu kawasan. Maka dari itu, penanda perlu diatur perletakkannya agar visual bangunan tidak tertutupi serta didesain dengan baik agar menambah nilai estetika.

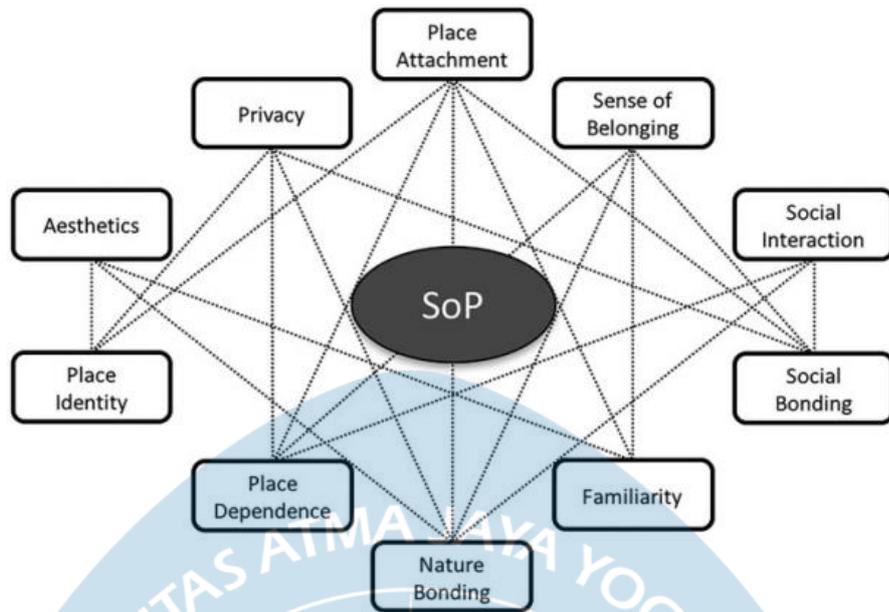
h. Preservasi (*Preservation*)

Preservasi adalah bentuk perlindungan permukiman dan tempat *urban* yang memiliki ciri khas, seperti pada bangunan bersejarah. Preservasi dapat meningkatkan nilai kawasan melalui identitas yang terbentuk.

#### 2.2.4 *Sense of Place*

Perencanaan kota sangat berkaitan dengan *sense of place*. *Sense of place* adalah keterkaitan antara seseorang dan tempat (Punter, 1991). Hal ini mengacu pada sensasi yang dirasakan oleh seseorang di dalam sebuah tempat, di mana persepsi manusia membentuk impresi dan menghasilkan arti subjektif tempat, sehingga dapat menyadari perbedaan antar area. Tiga elemen utama dalam konsep *sense of place* adalah *form* (bentuk); *meaning* (arti); *activity* (aktivitas) (Ramadhani et al., 2019). Adapun *sense of place* memiliki beberapa elemen, antara lain *place identity* (identitas tempat); *aesthetics* (estetika); *privacy* (privasi); *place attachment* (keterkaitan emosi tempat); *sense of belonging* (rasa memiliki); *social interaction* (interaksi sosial); *social bonding* (ikatan sosial); *familiarity* (keakraban); *nature bonding* (ikatan alami); *place dependence* (ketergantungan tempat) (Gokce & Chen, 2018).

Dalam konteks *sense of place*, ada beberapa indikator yang utama dikaji seperti *place identity*; *place attachment*; dan *place dependence*. Identitas kawasan dibentuk sebagai cara membedakan suatu kawasan dengan kawasan lain melalui keunikan dan kekhasannya. Melalui karakteristik pembeda, suatu kawasan dapat memiliki identitas tempat (*place identity*) tersendiri (Ernawati, 2020). Perencanaan yang sesuai untuk mencapai identitas tempat adalah dengan menekankan karakter unik yang membedakan suatu kota dengan wilayah lain, melibatkan pelestarian bangunan bersejarah; menggali gaya arsitektur lokal dengan memanfaatkan elemen budaya, mitos, cerita rakyat ke dalam desain arsitektur dan pengembangan kota.



Gambar 2.3 Indikator *sense of place*  
(Sumber: Gokche & Chen, 2018)

*Place dependence* mengacu pada pengintegrasian infrastruktur dan fasilitas. Dengan mempertimbangkan kebutuhan penduduk dan pengunjung, infrastruktur dan fasilitas umum dirancang secara memadai. Area yang diintegrasikan adalah transportasi umum yang efisien, kemudahan akses menuju fasilitas kesehatan, pendidikan, hingga area rekreasi. Perencanaan yang baik pada infrastruktur dan fasilitas ini dapat meningkatkan nilai 'ketergantungan pada suatu tempat'.

Keterikatan pada suatu tempat (*place attachment*) bertujuan untuk membangun hubungan emosional dan partisipasi masyarakat. Pencapaian untuk membangun hubungan emosional antara penduduk dan kawasan dapat melalui ruang-ruang publik yang ramah, misalnya pembangunan tempat komunal, taman kota, dan tempat-tempat untuk kegiatan budaya. Hal ini dapat mempererat hubungan antara individu dan suatu lingkungan atau kawasan. Adapun partisipasi masyarakat dalam perencanaan juga menjadi salah satu keberhasilan kawasan mencapai *place attachment*. Melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan dan penataan ruang dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap suatu kota atau wilayah juga dapat meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*).

Dengan memperhatikan konsep *sense of place*, perencanaan arsitektur kota dapat memperkuat identitas, keterikatan, dan ketergantungan suatu wilayah. Keberhasilan ini juga menjadi landasan pembangunan wilayah yang berkelanjutan dan memperkuat *urban image* suatu wilayah. Suatu wilayah akan berpotensi menciptakan *memory of*

*place* ketika menerapkan *sense of place* dan *urban image* yang baik. Konsep ini mengacu pada kesan dan pengalaman yang ditinggalkan oleh pengunjung setelah berinteraksi dengan suatu lingkungan atau tempat tertentu.

*Memory of place* terbentuk ketika tempat memiliki daya tarik emosional yang kuat, sehingga menimbulkan kesan yang bertahan lama pada pengunjung atau penduduk. Perencanaan untuk mencapai konsep ini adalah dengan membentuk identitas tempat yang kuat, dapat melalui ciri khas budaya, sejarah, atau arsitektur yang unik; mendukung aktivitas yang menarik melalui festival budaya, pertunjukan seni, atau kegiatan komunitas; merancang ruang publik yang ramah dan menyenangkan untuk bersantai, berkumpul, dan berinteraksi; konsisten dalam pengembangan identitas dan karakter unik suatu tempat; serta membentuk hubungan emosional dengan pengguna ruang. Cara-cara tersebut nyatanya berkesinambungan dengan konsep *urban image* yang implementasinya dapat mendukung keberlanjutan kota atau kawasan.

#### **2.2.5 Lokalitas Sebagai Potensi Daerah**

Pada dasarnya, penataan kota melalui lokalitas memiliki tujuan untuk mempromosikan suatu kota dengan mengembangkan perekonomian setempat. Hal ini mempertimbangkan keberlanjutan pada aspek-aspek seperti nilai historis, kebudayaan, arsitektur, iklim, dan ekonomi, hingga aspek pariwisata (Karavazaki, 2013; Rehan, 2013).

Strategi yang diterapkan pada penataan kota dengan lokalitas adalah membangun citra atau identitas kuat pada suatu kawasan. Citra kawasan ini merujuk pada persepsi dan kesan yang dimiliki oleh masyarakat, pengunjung, atau pihak-pihak terhadap suatu kawasan tertentu. Keberlanjutan dalam citra kota adalah salah satu strategi terpenting dalam mendesain perkotaan. Sebagian besar kota berusaha memperkuat citra visualnya untuk mencapai citra perkotaan yang berkelanjutan dengan mengintegrasikan elemen non fisik seperti budaya, ekonomi, dan sosial. Integrasi ini dapat berupa promosi sumber daya alam, sumber daya manusia, potensi budaya, hingga kepariwisataan (Fikri, 2017).

Karakteristik utama dari citra kota adalah fungsionalitas (*functionality*) dan penambahan nilai (*added value*). Pada aspek fungsionalitas, sebuah kota harus berfungsi sebagai tempat tinggal, bekerja, transportasi umum, pariwisata, rekreasi, dan lain sebagainya. Banyak kota sudah bisa mewujudkan strategi dan rencana pembangunannya untuk mencapai reputasi dan status yang lebih baik. Cara yang dilakukan dengan

menarik warga, mengundang peluang bisnis baru, mempromosikan wisata, budaya baru dan fasilitas rekreasi, serta menyediakan perumahan yang lebih baik. Adapun penambahan nilai dilakukan dengan mempromosikan kota agar dapat memberikan manfaat fungsional dan nilai tambah non-fungsional. Selain itu, upaya pengembangan lokalitas untuk ekonomi dapat berbasis kreativitas dan inovasi (Florida, 2003; Landry, 2012). Ketika konsep ini berhasil menarik pengunjung luar untuk datang ke kawasan tersebut, maka akan terjadi pemberdayaan masyarakat dan peningkatan pendapatan daerah (Kurniasari & Candrasari, 2020).

Lokalitas perlu dikaitkan dengan karakter fisik lingkungan binaan dengan aspek lingkungan, sosial, ekonomi, dan budaya setempat. Penataan dengan lokalitas menekankan pada desain kota yang manusiawi dan mementingkan pengalaman pengguna ruang (Gehl & Rogers, 2013). Adapun Lynch memberikan wawasan tentang pentingnya mengenai identitas kota yang dapat membentuk citra kota, namun strateginya tidak sebatas ini, kita dapat mengubahnya menjadi pengalaman perkotaan untuk kepentingan investor, politisi, proyek *real estate*, konstruksi, perencana, arsitek, dan kelompok lain yang berdiri untuk mendapatkan keuntungan dari meningkatkan peran kota mereka (Helmy, 2008; Lynch, 1960).

### **2.3 Rancang Kota dalam Konsep *Urban Image***

Berdasarkan kajian teori sebelumnya, dirumuskan elemen-elemen perencanaan arsitektur yang sesuai dengan konsep *urban image*. Telah disebutkan bahwa penataan kota secara lokalitas lebih mengutamakan pengembangan identitas atau citra suatu kawasan. Tujuannya adalah menarik perhatian, meningkatkan ekonomi lokal, dan memberi perbedaan dari kota-kota lainnya. Kawasan yang menerapkan konsep *urban image* diharapkan memiliki identitas khas, identitas visual, pemasaran, dan pengelolaan yang baik. Adapun poin-poin penting perencanaan arsitektur dalam konsep *urban image* adalah sebagai berikut:

a. Tetenger (*landmarks*)

Tetenger merupakan elemen arsitektur yang sangat penting dalam konsep *urban image*. Objek atau lokasi yang menjadi tetenger akan mudah diidentifikasi dan menjadi acuan oleh seseorang di dalam kota (Lynch, 1960). Tetenger ini dapat menjadi ciri khas mencolok yang membedakan kota tersebut dengan kota lainnya. Upaya menghadirkan artefak ikonik dapat mempromosikan kota dalam hal elemen

fisik, perannya seperti magnet yang menarik pengunjung wisata (Specht, 2009; Wikantiyoso, 2004). Sehingga, ketika terdapat tetenger kota yang menarik pengunjung luar, maka secara tidak langsung perekonomian setempat dapat meningkat.

Berdasarkan beberapa literatur, tetenger memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Downs & Stea, 2011; Michon & Denis, 2001; Philbeck & O'Leary, 2005):

- Dapat digunakan sebagai pengarah jalan;
- Memiliki bentuk, ukuran, material, atau warna yang unik atau kontras dengan lingkungan sekitar, sehingga mudah diidentifikasi;
- Memiliki nilai sejarah dan kebudayaan tertentu;
- Lokasinya strategis dan fungsional sehingga mudah diakses seperti area pusat perbelanjaan, seni, atau ruang terbuka;
- Menggambarkan identitas suatu wilayah;

b. Preservasi

Seperti pada penjelasan teori *urban image*, nilai-nilai historis merupakan hal penting dalam konsep *urban image*. Preservasi ini merupakan bagian penting untuk menjaga identitas kota, pembangunan ekonomi, meningkatkan keberlanjutan pengembangan *urban*, menggambarkan karakter kota, dan menjadi objek untuk menceritakan sejarah kota (Al Ani, 2022; Figueiredo, 2014; Ginting & Rahman, 2016; Rahman et al., 2020).

Implementasinya pada rancang kota dapat dilakukan melalui preservasi kawasan bersejarah seperti revitalisasi bangunan bersejarah dan menciptakan ruang publik dengan atmosfer tertentu (Gandy, 2017; Peniça et al., 2015; Sadowski, 2017). Bangunan-bangunan yang memiliki nilai historis dapat digunakan kembali dengan mempertahankan bentuk aslinya, sedangkan area luar bangunan diatur sehingga menciptakan atmosfer setempat yang khas.

c. Ruang publik

Pengaturan ruang publik meliputi taman, jalan, area pedestrian, sirkulasi dan parkir, area rekreasi, dan tempat-tempat terbuka. Desain yang menarik dan fungsional dari ruang-ruang ini dapat meningkatkan identitas kota dan menarik minat masyarakat maupun pengunjung luar. Ruang publik juga menampung berbagai aktivitas luar ruangan dan beberapa aktivitas tersebut merupakan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan konsep *urban image*. Perencanaan ruang publik yang

baik meliputi infrastruktur dan fasilitas memadai, kenyamanan termal, keamanan, kemudahan, fleksibilitas penggunaan ruang, dan estetika (Darmawan, 2005; Pratiwi & Ernawati, 2018). Apabila ruang publik telah dirancang dengan baik, maka akan muncul aktivitas-aktivitas di ruang publik, yang secara tidak langsung menciptakan kebudayaan baru.

d. Gaya arsitektur

Desain arsitektur yang unik dapat menjadi simbol identitas kota dan menarik minat wisatawan untuk datang. Konsistensi gaya arsitektur juga diperlukan untuk menambah nilai kesan yang kuat dan khas dari suatu kota, misalnya melalui karakter visual yang kuat. Karakter visual ini dapat membantu suatu kota memiliki identitas khas dan menciptakan *sense of place* (Kandemir, 2017). Karakter visual dapat diatur melalui penataan bentuk dan massa bangunan, penggunaan material, elemen penanda, serta elemen fasad lainnya.

Faktor lain yang juga berperan penting adalah perumusan kebijakan perancangan kota dan pemasaran kota. Penyusunan kebijakan kota dapat menjadi salah satu strategi *urban image*. Kebijakan ini dapat meliputi infrastruktur, pengembangan tata kota, dan sebagainya. Adapun pemasaran dapat dilakukan melalui acara-acara khusus dan kegiatan budaya yang mencerminkan daya tarik unik suatu kawasan.

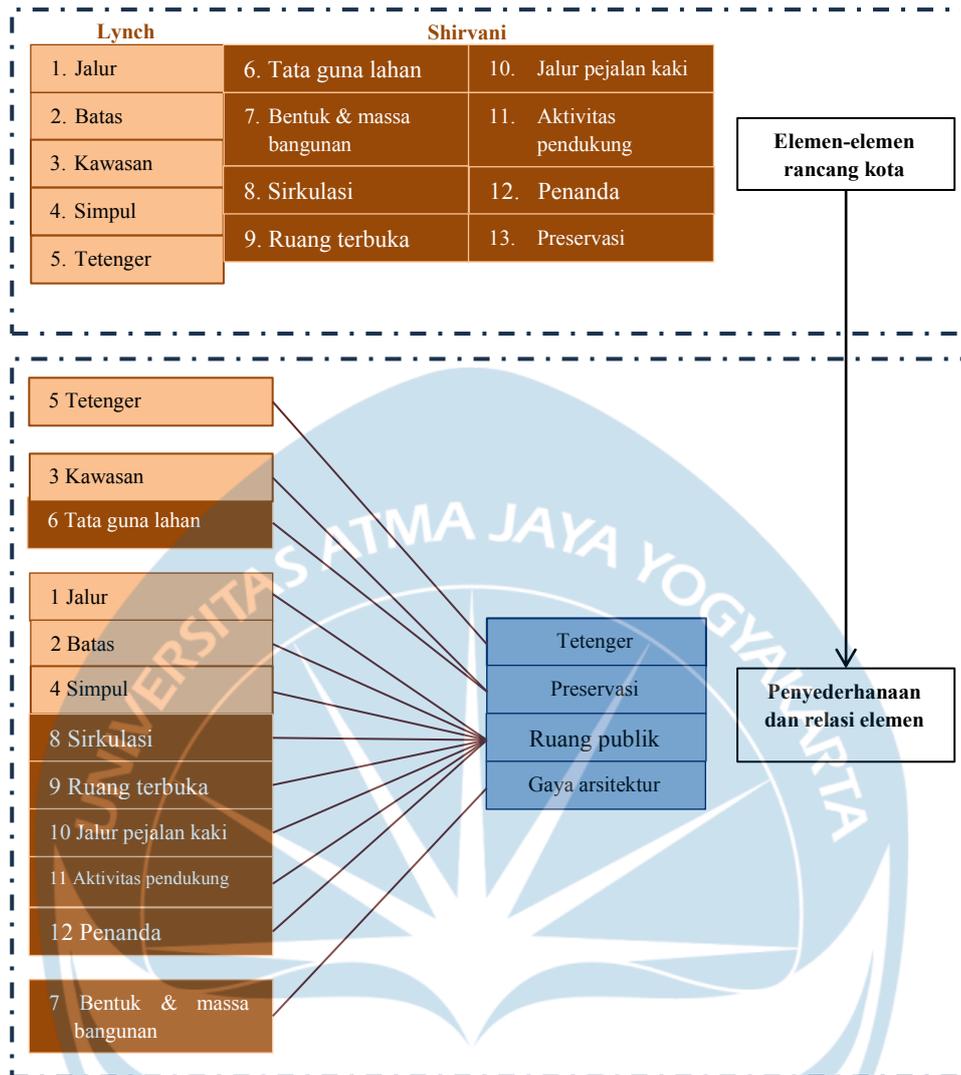


Diagram 2.1 Proses analisis unit-unit informasi  
(Sumber: Analisis penulis, 2023)

Teori utama dalam penelitian tentang *urban image* yang relevan adalah teori Lynch dan Shirvani. Teori induk ini memberikan pandangan tentang bagaimana pengamat mengenali dan membentuk persepsi terhadap suatu wilayah. Sebagai penyederhanaan dengan fokus penelitian *urban image* pada kawasan historis, teori Lynch dan Shirvani dapat disederhanakan dengan relasi elemen yang terkait. Penelitian lain menunjukkan bahwa elemen urban yang paling penting dapat ditunjukkan melalui *cognitive mapping* seperti pada penelitian Bruns & Chamberlain, 2019 dengan judul “*The Influence of Landmarks and Urban Form on Cognitive Maps Using Virtual Reality*” (Gambar 2.4) dan penelitian Anggi et al., 2020 dengan judul “*Citra Ubud Bali Berdasarkan Peta Kognisi Masyarakat*” (Gambar 2.5).

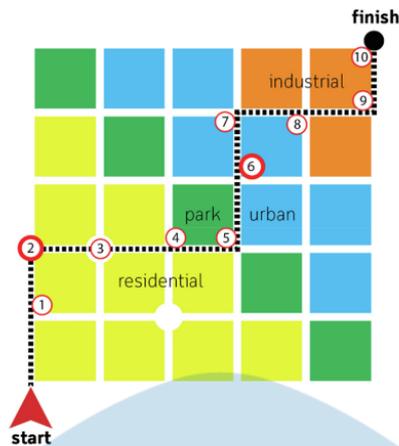


Fig. 2.1. Map of StudyVE: Including landmark locations (1-10), fixed route (dashed line), districts (colored zones), start point (red arrow), and finish points (black dot). (For interpretation of the references to color in this figure legend, the reader is referred to the web version of this article.)

*Gambar 2.4 Cognitive mapping tetenger*  
(Sumber: Bruns & Chamberlain, 2019)



*Gambar 2.5 Peta kognisi*  
(Sumber: Anggi, et al., 2020)

Berdasarkan penelitian-penelitian serupa, elemen perencanaan yang paling sering muncul adalah mengenai tetenger, preservasi, ruang publik, dan gaya arsitektur (Bruns & Chamberlain, 2019; Caros, 2016; Hayden, 1995; Nivala, 1996; Pralampita & Soedwihajono, 2021; Savvides, 2013).

Tetenger berdiri sendiri karena merupakan elemen khas dan tidak memiliki relevansi terkait elemen lain. Tetenger adalah bangunan mencolok yang dapat menjadi penanda penting dalam identifikasi kota. Preservasi merupakan dua gabungan elemen tata guna lahan dan kawasan karena sifatnya yang sudah ditetapkan oleh aturan dan terikat (kaku). Preservasi dilakukan sebagai upaya pelestarian elemen bersejarah sebagai bagian dari identitas visual kota dengan mempertahankan karakter suatu kota. Ruang publik terdiri dari elemen jalur, batas, simpul, sirkulasi, ruang terbuka, sirkulasi pejalan kaki, aktivitas pendukung, dan penanda. Elemen-elemen tersebut memiliki keterikatan dalam pemahaman ruang publik dan saling berhubungan untuk membentuk persepsi pengunjung hingga pengalaman di kota. Gaya arsitektur terintegrasi dari bentuk

dan massa bangunan, di mana desain bangunan dan elemen visual lainnya dapat mencirikan karakteristik kota. Melalui fokus pada elemen-elemen tersebut, penelitian dapat memberikan pemahaman mendalam untuk konsep *urban image*.

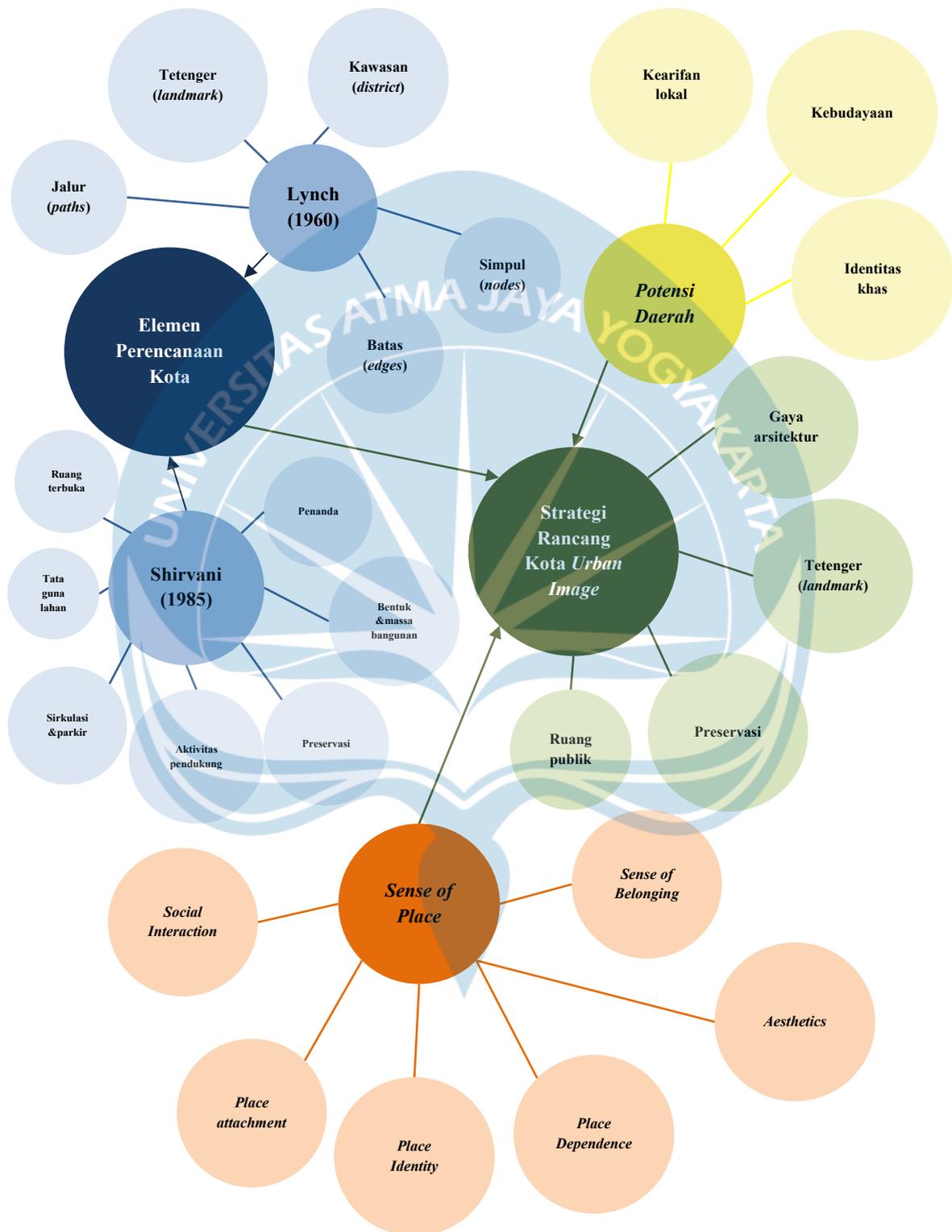


Diagram 2.2 Strategi rancang kota urban melalui konsep *urban image*  
 (Sumber: Analisis penulis, 2023)

Potensi daerah terutama mengenai lokalitas, kebudayaan, dan identitas khas suatu kawasan penting dikaji pada penelitian *urban image*. Potensi daerah ini akan menunjukkan kepentingan sejarah, bagaimana potensi kawasan dapat berkelanjutan, meningkatkan pengalaman pengunjung, dan memperkuat identitas lokal yang khas. Adapun *sense of place* akan membantu identifikasi kawasan secara psikologi yang merujuk pada perasaan khas ketika berada di suatu kawasan.

## 2.4 Kekuatan Penelitian

*Urban image* dapat menjadi salah satu solusi suatu kota untuk meningkatkan nilai kota dan perekonomian setempat. Sayangnya, upaya *urban image* di Indonesia hanya berhasil diterapkan di kota-kota besar. Kawasan kabupaten sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk melakukan *urban image*, namun perencanaannya harus dilakukan dengan baik agar berhasil. Oleh karena itu, elemen perencanaan untuk *urban image* harus diidentifikasi dan dianalisis secara komparatif dengan kota yang sudah ‘berhasil’ melakukan *urban image*.

Pada Tabel 2.2 ditunjukkan beberapa penelitian dengan tema yang sama, berikut ini adalah penjabaran dari penelitian-penelitian serupa guna melihat keaslian dari penelitian ini:

Tabel 2.1 Keaslian penelitian

No	Penulis	Judul	Tujuan	Hasil
1.	(Tresna et al., 2019)	<i>City Branding</i> Kabupaten Pangandaran Sebagai Kota Wisata	Menganalisis bagaimana <i>city branding</i> Kabupaten Pangandaran ditinjau dari perspektif wisatawan	<i>Attitude</i> memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap <i>brand preference</i> . <i>Brand equity</i> memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap <i>brand preference</i> . <i>Brand image</i> tidak memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap <i>brand preference</i>
2.	(Arifin & Budiwaspada, 2021)	Budaya Lokal Sebagai Unsur Pembentuk <i>Branding</i> Kabupaten Tasikmalaya	Mengidentifikasi dan menganalisis kebudayaan lokal dari suatu daerah sebagai unsur pembentuk <i>branding</i> daerah tersebut	Budaya lokal yang dinilai sangat mencerminkan kabupaten Tasikmalaya adalah kerajinan tangan anyaman. Anyaman dipilih atas dasar nilai historis yang sangat panjang

3.	(Prilenska, 2012)	<i>City Branding as a Tool for Urban Regeneration: Towards a Theoretical Framework</i>	Mengkaji strategi pemasaran yang paling umum untuk kota kreatif dan kota maju	Adanya hubungan yang kuat antara <i>branding</i> kota dan perkembangan kota
4.	(Bassem, 2019)	<i>City Marketing &amp; Urban Branding: A New Way to Identify Egyptian Cities through Creating Positive Public Mental Image</i>	Mempelajari cara promosi kota-kota di Mesir yang membawa citra khas perkotaan	Setiap kota mengandung unsur-unsur perkotaan yang bersifat berkelompok sehingga satu dengan yang lain saling berkaitan untuk menciptakan batas-batas kota secara fisik dan simbolis
5.	(Bruns & Chamberlain, 2019)	<i>The Influence of Landmarks and Urban Form on Cognitive Maps Using Virtual Reality</i>	Memahami peran tetenger dalam rancangan urban melalui <i>cognitive maps</i>	Konfigurasi tetenger berkorelasi dengan pemandangan, sehingga penelitian mengharapkan penyertaan tetenger secara strategis di seluruh struktur perkotaan
6.	(Caros, 2016)	<i>Interior Landmarks Preservation and Public Access</i>	Memahami preservasi pada tetenger, ruang publik, dan interior	Perlu adanya kooperasi antara pemerintah, publik, dan pemilik bangunan untuk menjaga dan membuka akses ke khalayak publik
7.	(Pralampita & Soedwiharjo no, 2021)	Kekuatan elemen pembentuk citra Kawasan Pasar Gede dan Kampung Pecinan di Kota Surakarta berdasarkan persepsi responden	Mengetahui elemen pembentuk citra kawasan	Elemen pembentuk citra kawasan jika diurutkan dari yang paling kuat memberikan kesan adalah <i>node</i> , <i>district</i> , <i>landmark</i> , <i>edge</i> , dan <i>path</i>

(Sumber: Analisis penulis, 2023)

## 2.5 Kerangka Teori

Kerangka teori pada penelitian ini dapat dilihat pada Diagram 2.1 di bawah ini:

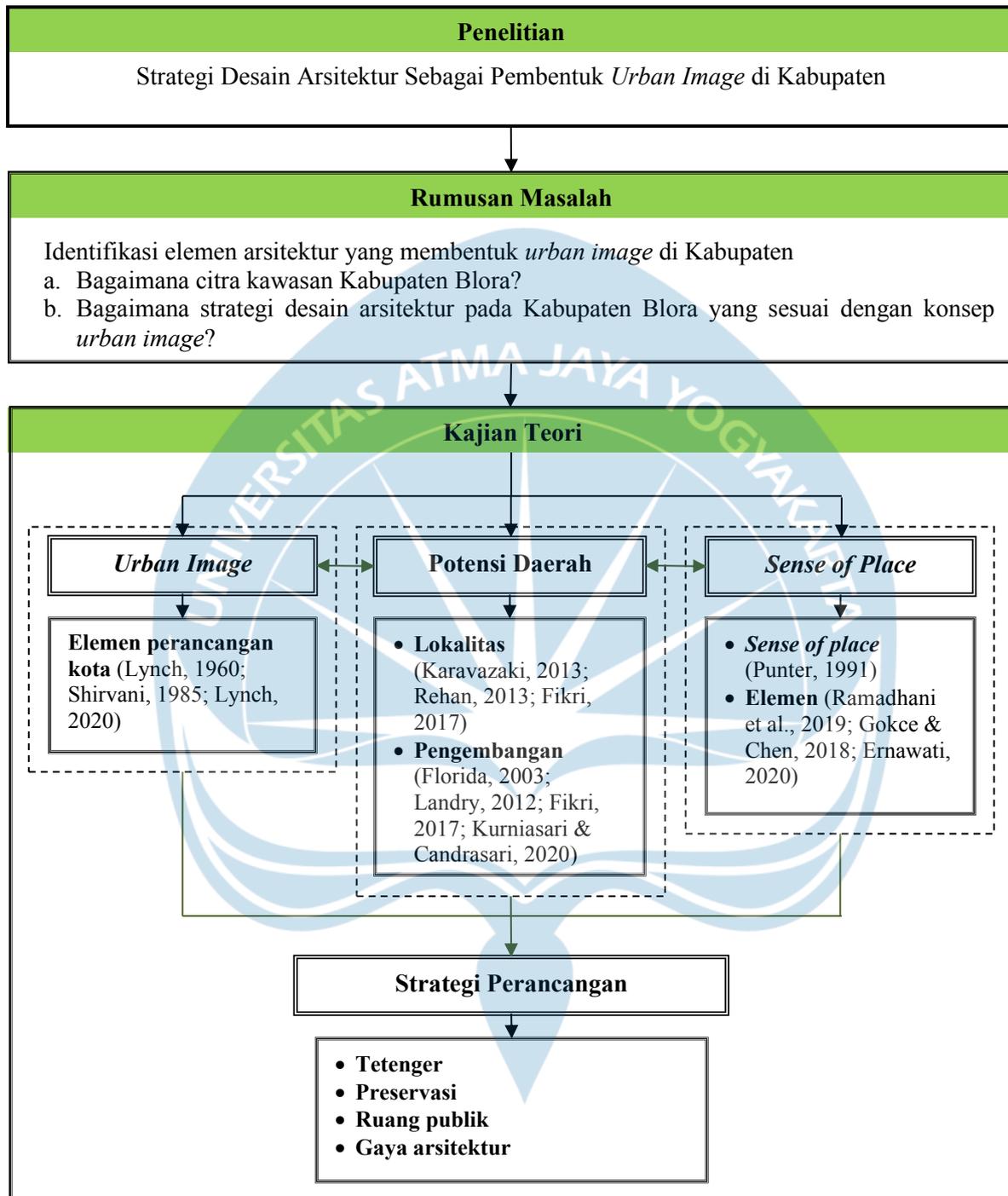


Diagram 2.3 Kerangka teori  
(Sumber: Analisis penulis, 2023)