

BALAI KOTA SURAKARTA SEBAGAI RUANG PUBLIK

Marianus Diaz Yanto

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email: ryandiaz1212@gmail.com

Pawito

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email: pawito-palimin@staff.uns.ac.id

Andre Noevi Rahmanto

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email: andre@staf.uns.ac.id

Abstrak

Sebagai area wisata kota, balai kota Surakarta pun menjadi destinasi yang sering dikunjungi karena menawarkan ruang komunikasi yang aman dan nyaman, juga fasilitas seperti kawasan wisata kuliner, dan event-event pertunjukan seni dan konser musik sebagai wacana untuk promosi dan kampanye pariwisata secara gratis. Adapun penelitian ini merupakan penelitian kualitatif fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan terhadap fenomena, wawancara dan studi dokumen. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan tentang kawasan balai kota Surakarta sebagai ruang publik yang terintegrasi sebagai kawasan wisata kota. Kawasan balai kota Surakarta yang terbuka untuk publik menjadi ruang publik yang ramai dengan aktivitas komunikasi masyarakat. Dibukanya kawasan balai kota Surakarta merupakan imbas dari berbagai langkah kebijakan strategis untuk meningkatkan pariwisata, mendorong perkembangan UMKM dan ranah untuk promosi ragam pariwisata di Kota Surakarta dalam the spirit of Java.

Kata Kunci : Aktivitas Komunikasi, Wisata Kota, Balai Kota, Ruang Publik

Pendahuluan

Kota yang ramai dan besar selalu nampak pada gedung-gedung tinggi dan jalan protokol yang lebar. Pembangunan kota seringkali menggusur pohon-pohon. Kemacetan diatasi dengan pelebaran jalan, drainase diperlebar untuk irigasi air hujan, pasar diperluas untuk kenyamanan pedagang dan pembeli, stadion dan gelanggang olahraga didesain dengan elegan untuk mendatangkan banyak penonton, perizinan akan pembangunan hotel-hotel mewah, mall, dan lain-lain hadir dalam rangkaian kebutuhan investasi demi berjalannya roda perekonomian di wilayah perkotaan.

Tujuan pembangunan kota semata demi kemaslahatan masyarakat kota itu. Karena itu dalam pembangunan dan penataan kota yang bersih, rapi dan ramah, pemerintah wajib mempertimbangkan adanya ruang terbuka publik. Ruang terbuka publik merupakan

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik salah satu dari elemen perkotaan yang memiliki peranan penting sebagai pusat interaksi dan komunikasi bagi masyarakat baik formal maupun informal, individu, maupun kelompok. Kota adalah pusat dari segala macam bentuk perubahan kultur dan sosial masyarakat. Dengan elemen sosial demografi yang beragam penduduk kota jauh lebih mudah menerima isu-isu terkini yang terkait modernisasi dan pemberdayaan ekonomi perkotaan (Utama, 2015:1). Demikian juga dengan bertambahnya kebutuhan hidup manusia, kebutuhan ruang untuk melayani aktivitas manusia sehari-hari semakin meningkat di wilayah perkotaan (Fadhila dkk, 2023: 172).

Pengembangan kawasan kota sebagai kota wisata merupakan salah satu upaya untuk percepatan pembangunan bidang ekonomi sebuah wilayah kota. Kota Surakarta yang mempunyai latar sejarah, sejak awal menegaskan program Berseri Menuju Wawasan Pembangunan Sala Kuncara yang diterjemahkan dalam program dasar kebersihan, kesehatan, kerapian dan keindahan (Instruksi Walikotamadya Dati II Surakarta No. 660/8/1985) yang sasaran utamanya ialah kota budaya. Pengembangan pariwisata kota Surakarta dilandasi faktor sejarah seperti Keraton Surakarta, Pura Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, Taman Bale Kambang, Taman Sriwedari, Taman Satwa Taru Jurug serta dengan berbagai ritus kebudayaan yang hadir seperti Sekaten, Grebeg keraton hingga Maleman Sriwedari. Kota Surakarta sebagai kota wisata pun terkenal dengan tagline *the spirit of Java* sebagai branding yang disepakati bersama-sama (Rahmdon, dkk 2020: 480). Pemerintah kota Solo ingin menjadikan Solo sebagai pusat kebudayaan Jawa yang terinspirasi dari citra kota dan masyarakat Solo. Penggunaan *city branding* “Solo the Spirit of Java” merupakan upaya untuk memperkenalkan karakteristik, budaya, dan potensi kota Solo (Pandansari, dkk 2020:243).

Implementasi dari *the Spirit of Java* terhadap Surakarta pun memunculkan keadaan lain pada kawasan balai kota Surakarta selain bidang kepariwisataan yang dikembangkan. Wajah balai kota Surakarta pun mengalami deviasi sebagai ruang ramai aktivitas masyarakat pun menjadi fenomena yang tidak luput dari pengembangan kota wisata Surakarta. Kini balai kota Surakarta tidak hanya sebagai kawasan administrasi tapi juga kawasan aktivitas sosial-ekonomi masyarakat. Tidak seperti wilayah perkantoran yang pada umumnya sepi setelah jam kerja, wajah balai kota Surakarta semakin ramai selepas jam kerja terutama pada malam hari.

Halaman dan Pendopo balai kota Surakarta tidak pernah sepi dari masyarakat. Mereka menggunakan itu sebagai ruang interaksi yang semestinya ditawarkan oleh taman kota.. Balai kota Surakarta memiliki cakupan dalam berbagai aspek kegiatan. Tidak hanya

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik mengenai hal administratif, balai kota Surakarta juga berfungsi sebagai ruang komunal. Halaman balai kota Surakarta sebuah ruang komunal merupakan pendekatan dengan rakyat (Suharyani, 2022: 429). Menurut Utama (2015), balai kota merupakan salah satu yang melekat pada sebuah kota yang dapat dikemas menjadi daya tarik wisata. Hampir setiap kota memiliki balai kota sebagai jantung pemerintahan kota. Bangunan ini biasanya dibangun dengan arsitektur yang sangat indah dan memiliki karakteristik tertentu sesuai ciri khas sebuah kota. Wajah khas balai kota Surakarta dibangun dengan karakteristik khas kebudayaan Surakarta.

Karena itu balai kota Surakarta yang dibuka sebagai ruang publik merupakan area dari perkembangan kawasan wisata kota di mana kawasan ini memberikan kontribusi penting bagi terbukanya kota terhadap sektor pariwisata baik sebagai sarana promosi ajang-ajang pariwisata maupun aktivitas komunikasi masyarakat. Oleh karena itu balai kota Surakarta sebagai ruang yang seharusnya netral dari aktivitas sosial-ekonomi, dianggap tidak mampu menghalau keadaan ini karena lokasinya yang strategis sebagai ruang publik dan kawasan wisata kota. Tulisan ini untuk menjelaskan balai kota Surakarta sebagai ruang publik yang juga eksis sebagai kawasan wisata kota yang sarat dengan aktivitas komunikasi masyarakat, juga hubungannya dengan pengembangan kota wisata Surakarta dengan tagline *the spirit of Java*.

Metode

Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif fenomenologi. Peneliti berusaha menjelaskan fenomena keberadaan balai kota Surakarta sebagai ruang publik, agenda promosi, dan kawasan wisata kuliner yang teridentifikasi sebagai arena wisata kota. Menurut Nawawi (2012) pengamatan langsung ini adalah cara mengumpulkan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian yang pelaksanaannya langsung pada tempat dimana suatu peristiwa, keadaan atau situasi yang terjadi. Peneliti juga melakukan wawancara kepada *stakeholder* pemerintah Surakarta, pengunjung, dan pedagang di kawasan Balai Kota.

Hasil dan Pembahasan

1. Balai Kota Surakarta Sebagai Ruang Publik

Ruang publik dapat dilihat sebagai ruang milik bersama dan telah ditetapkan sebagai sesuatu yang terbuka dan memiliki aktivitas bersama di dalam suatu kelompok maupun individu (Fahdila, 2023:174). Darmawan (2015) mengatakan ruang terbuka

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik publik adalah elemen perkotaan yang memiliki karakter tersendiri dan memiliki fungsi interaksi sosial bagi masyarakat, kegiatan ekonomi dan apresiasi budaya. Dwiyanto (2016) menyebutkan secara umum ruang terbuka dibagi menjadi dua jenis yaitu ruang terbuka privat dan ruang terbuka publik. Sedangkan di perkotaan, ruang terbuka publik terdiri dari ruang terbuka hijau dan ruang terbuka non-hijau. Taman kota sebagai salah satu komponen utama ruang terbuka hijau, berperan penting sebagai sarana pengembangan sosial budaya, seperti pendidikan masyarakat, katup pengaman, dan suplemen budaya perkotaan, pembentuk citra kota, tempat pelayanan umum, dan sarana penunjang kegiatan masyarakat (Kusuma 2023: 365).

Kebutuhan akan adanya taman kota sangat penting bagi warga karena menjadi tempat yang baik untuk meredakan ketegangan karena aktivitas, sebagai tempat untuk melepas penat, atau menjadi tujuan untuk jalan-jalan atau refreshing keluarga, berjumpa dengan pasangan atau calon pacar, tempat untuk mengerjakan tugas sekolah atau kuliah, dan diskusi publik. Taman Kota elemen penting bagi situasi perubahan sosial masyarakat. Keterasingan membuat orang butuh akan ruang pergaulan yang ramah, baik itu pergaulan politik, pergaulan budaya dan pergaulan ekonomi, sosial dan lainnya. Taman kota juga menjadi tempat dimana aktivitas privat bisa kembali ditegakan. Anggota dari sebuah keluarga berkumpul di taman kota dan dapat membicarakan isu seputar keluarga. Baik tentang keuangan, pertumbuhan anak, masalah ekonomi, dan banyak lainnya.

Awalnya ide tentang ruang publik diperkenalkan oleh Habermas. Bagi Habermas ruang publik adalah suatu diskursus yang memungkinkan debat- debat dan pengemukaan pendapat terjadi dalam kondisi kesetaraan. Habermas menggambarkan bahwa ruang ini meliputi infrastruktur nyata dan norma-norma yang mendukung dan memungkinkan kritik-kritik politik diperbincangkan. Pada awalnya ruang publik terbentuk karena aktivitas ekonomi. Sebagai diskursus, ruang publik membutuhkan wadah. Wadah itu dapat bersifat ruang virtual yang sekarang sedang ramai berkembang, ruang sosial dan akses terhadap lokasi-lokasi keramaian yang memungkinkan terjadinya percakapan atau ruang publik fisik. Di perkotaan ruang publik secara fisik dapat berupa cafe, restaurant, alun-alun, balai, aula dan taman-taman yang memungkinkan masyarakat bertemu dan berinteraksi.

Ruang terbuka hijau taman kota dapat disebut sebagai ruang publik karena di dalamnya diskursus tentang politik, ekonomi, kritik-kritik sosial dan apresiasi budaya ditegakan. Darmawan (2015) menyebutkan bahwa menurut skala pelayanannya taman kota terdiri dari 4 (empat) kategori yaitu taman nasional, taman pusat kota, taman lingkungan, taman kecil. Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik 05/PRT/M/2008, Ruang Terbuka Hijau (RTH) taman kota adalah taman untuk melayani penduduk kota atau bagian dari wilayah perkotaan. Taman kota ini merupakan lapangan hijau yang dilengkapi dengan fasilitas rekreasi, dan olahraga, taman bermain anak dan balita, fasilitas rekreasi, taman khusus lansia, taman dan bunga, semua fasilitas ini terbuka untuk umum. Taman kota mesti didominasi pohon-pohon sehingga kegiatan di dalamnya lebih banyak kegiatan rekreatif aktif yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti MCK, tempat parkir dan sebagainya.

Meskipun tidak memenuhi syarat- syarat itu, dalam kondisi ini balai kota Surakarta masuk dalam ruang terbuka privat untuk kegiatan administrasi dan ruang terbuka publik untuk akses terhadap kegiatan sosial-ekonomi masyarakat. Kawasan balai kota sebagai ruang administrasi bukanlah ruang publik kota dalam pengertian yang seharusnya, namun dalam fungsinya sekarang dapat dikatakan balai kota Surakarta mengisi apanya harusnya ada dalam definisi ruang publik.

Keadaan ini merupakan sesuatu yang menarik, mengingat kawasan perkantoran pada umumnya merupakan kawasan yang sepi setelah jam kerja dan pelayanan administrasi berakhir. Kebijakan pemerintah kota Surakarta untuk membuka balai kota untuk kegiatan non administrasi merupakan suatu fenomena yang menarik. Balai Kota bukan lagi dilihat sebagai ruang yang kaku dengan elemen administratif yang ketat namun dapat menjadi ruang publik untuk akses masyarakat terhadap kota yang ramai dan menyenangkan. Masyarakat melakukan berbagai aktivitas di halaman balai kota. Balai kota Surakarta dapat menampung berbagai interaksi dengan perilaku berbeda- beda dan membuat ruang itu hidup.

2. Menjadi Kawasan Wisata Kota

Berdasarkan Undang-Undang Kepariwisata nomor 10 Tahun 2009, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan untuk menarik minat wisatawan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan perjalanan sementara waktu semata sebagai konsumen yang menikmati sesuatu dan menemukan keinginan terhadap sesuatu.

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar yang sedang berkembang pesat di dunia, termasuk di Indonesia dengan kekayaan alam, budaya, dan adat istiadat yang berbeda dan menjadi modal utama dalam kepariwisataan (Riwukore, 2021:104). Wisata

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik perkotaan, sebagaimana umumnya menawarkan liburan dalam kota dengan mengunjunginya dan melakukan berbagai kegiatan di dalamnya seperti mengunjungi keluarga, teman dan menyaksikan pertunjukan seperti konser musik, pagelaran budaya, pameran atau belanja (Sahabudin, 2019:172). Pariwisata di Kota Surakarta mempunyai dinamika yang panjang dalam upaya untuk berkontribusi pada agenda pembangunan kota (Rahmdon dkk, 2020: 478).

Pariwisata kota di Surakarta antara lain: Kraton Kasunanan, Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, Taman Balaikambang, Wayang Orang Sriwedari, Museum Batik Danar Hadi, Taman Satwa Taru Jurug, Museum Keris, Museum Monumen Pers, Kampung Batik Laweyan dan Kampung Batik Kauman. Dan ragam potensi lain yang biasa dijumpai yakni Potensi Wisata Museum, Potensi Wisata Kampung Batik, Potensi Wisata Pertunjukan, dan Potensi Wisata Buatan Manusia. 1) Potensi Wisata Museum terdiri dari Museum Batik Danar Hadi, Museum Radya Pustaka, Museum Keris, Museum Monumen Pers, 2) Potensi Wisata Kampung Batik terdiri dari Kampung Batik Laweyan dan Kauman, 3) Potensi Wisata Pertunjukan terdiri dari Gedung Wayang Orang Sriwedari, 4) Potensi Wisata Buatan terdiri dari Taman Satwataru Jurug (Pradipta,2022:101). Menurut Utama (2015), yang melekat pada sebuah kota yang dapat dikemas menjadi daya tarik wisata, yakni: Balai Kota, Kawasan Jalan, Monumen Kota, Kampus, Mall, Alun-alun dan Taman Kota, Museum Kota, Pasar dan banyak lagi potensi daya tarik wisata kota yang dapat dikembangkan seperti misalnya taman rekreasi dan sebagainya mengikuti kreatifitas dan daya inovasi pemerintah kota setempat.

Kawasan balai kota Surakarta merupakan kawasan yang ramai tempat di mana banyak orang berkumpul. Posisinya yang strategis dekat pasar Gede, masjid, perkantoran, dan gereja membuat kawasan ini ramai dengan lalu lintas kendaraan. Akan tetapi kepadatan lalu lintas itu, tidak menyurutkan niat orang-orang untuk datang dan bersantai ria di kawasan balai kota. Baik di halaman maupun di pendopo balai yang senantiasa terbuka untuk publik.

Kawasan ini mulai dibuka sejak sepuluh tahun lalu dan mengalami perkembangan yang sangat intens sejak diadakannya banyak kegiatan dan acara sejak beberapa tahun ke belakang. Baik kesenian, pertunjukan musik maupun acara keagamaan yang disambut menggunakan dekorasi di halaman depan balai. Tempat di mana orang-orang akan berfoto ria untuk menyemarakkan suasana. Karena aktivitas komunikasi yang terjadi di kawasan balai kota, maka pemerintah juga menyediakan berbagai elemen pendukung seperti lahan parkir gratis, pengadaan jam malam untuk membatasi waktu

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik interaksi dan membuka ragam UMKM wisata kuliner yang dikelola oleh pemerintah dan paguyuban pedagang kuliner. Juga dengan banyak kuliner di sepanjang jalanan depan balai kota yang diatur oleh kelurahan setempat.

Aktivitas Komunikasi dan Ruang Promosi Kepariwisata Kota Surakarta

Sebagai ruang publik, kawasan balai kota Surakarta memiliki seluruh elemen situasional yang dapat berpengaruh dalam aktivitas komunikasi. Balai kota Surakarta adalah lingkungan objektif yang dapat mempengaruhi suasana dan perilaku komunikasi. Aktivitas komunikasi di kawasan balai kota yakni komunikasi interpersonal yang didominasi oleh komunikasi keluarga, komunikasi antara penjual dan pembeli juga komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat melalui kegiatan seperti konser musik dan pertunjukan seni. Harapan dan pikiran ini bisa bersumber dari mana saja, pertama dari pemerintah yang menginginkan perputaran uang dan perkembangan UMKM dengan roda kebudayaan yang berlandaskan kekuatan sejarah dan kesenian. Simbiosis mutualisme yang diharapkan adalah agar masyarakat tidak keluar untuk melakukan pertukaran uang di tempat lain juga untuk menarik wisatawan karena Surakarta memilih banyak area wisata.

Eksistensi Balai Kota Surakarta itu didukung oleh aktivitas intern komunikasi. Dalam ide tentang prospek perkembangan wisata kota, upaya mempertahankan seni budaya melalui ruang pertunjukan dan juga aspek ekonomi masyarakat. Semua itu disebabkan oleh aktivitas komunikasi masyarakat, sejak dirobokkannya pagar yang menutupi wajah balai kota dari masyarakat. Dengan dibukanya sekat itu maka tidak ada lagi batasan antara masyarakat dengan pemerintah, ini, atas dasar perspektif komunikasi sosial.

Dengan adanya aktivitas profan di kawasan balai kota Surakarta memungkinkan adanya pertukaran cerita objek wisata. Kemenparekraf menegaskan penetapan strategi *storynomics* yang berlandaskan kekayaan budaya dan merupakan bagian dari promosi kawasan wisata yang akan dilakukan dengan narasi *storytelling*, dikemas dalam konten menarik sesuai dengan kebudayaan setempat. Bagi sebuah destinasi pariwisata, *storytelling* adalah bagian dari pemasaran produk (Pasaribu, et al 2022:77) Sasaran dari pengembangan kepariwisataan haruslah meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Inilah yang sedang dikembangkan oleh pemerintah kota Surakarta melalui the spirit of Java.

Terbukanya wajah balai kota Surakarta merupakan agenda dari kebijakan strategis untuk membentuk promosi wisata di Solo Raya. Hal ini merupakan kerja sama Pemerintah Daerah guna kemajuan wilayah dalam aspek sosial, ekonomi maupun budaya. Sebagai halnya ruang-ruang lain, sebagai jantung dari Surakarta, balai kota pun pelan

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik

–pelan berbenah untuk mengembalikan spirit dan daya tarik bagi publik (Rahmdon, dkk 2020:480). Dengan membuka balai kota, orang merasa diterima di wilayah itu sehingga sektor pariwisata lain mendapat dampaknya. Surakarta sendiri pun tidak cukup banyak bidang wisatanya. Hanya terbatas dalam wisata budaya, Kraton dan kesenian. Maka dengan dibukanya banyak ruang publik dan menyelenggarakan event, dan wisata kuliner, Surakarta sedang mengembangkan potensi wisata kota dengan baik. Dan bagian paling fundamental dari wisata kota adalah wisata yang basisnya adalah masyarakat. Dimana masyarakat mempunyai kesempatan untuk menyuarakan harapan, keinginan dan kekhawatirannya dari pembangunan pariwisata, yang dapat dijadikan masukan dalam perencanaan pariwisata. Menurut Murphy (1985) pariwisata merupakan sebuah “*community industry*,” sehingga keberlanjutan pembangunan pariwisata sangat tergantung dan ditentukan oleh penerimaan dan dukungan masyarakat terhadap pariwisata. Implikasi pariwisata sebagai sebuah industri masyarakat adalah adanya kepastian bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata. Saat ini, wisata kuliner menjadi salah satu segmen industri pariwisata yang sedang berkembang (Fadhila at al, 2023: 172). Sedangkan inti dari kota wisata sendiri adalah kebijakan untuk membuka diri terhadap setiap perkembangan dan perubahan sosial yang terjadi. Karena itu sebagai the spirit of Java, langkah membuka balai kota Surakarta pun merupakan langkah yang tepat untuk pengembangan wisata kota Surakarta.

Simpulan

Dalam pengembangan wisata kota keterbukaan ruang publik penting bagi aktivitas komunikasi. Pengembangan kota wisata dengan menjadikan balai kota Surakarta sebagai Kawasan Wisata Kota menjadi prospek yang menjanjikan. Ide tentang keterbukaan ini akan memantik aktivitas komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat, juga antara dengan masyarakat yang melahirkan aktivitas ekonomi di kawasan balai kota Surakarta sebagai ruang publik. Balai kota Surakarta memiliki cakupan dalam berbagai aspek kegiatan. Tidak hanya mengenai hal administratif, balai kota Surakarta juga difungsikan sebagai ruang komunal. Halaman balai kota sebuah ruang komunal merupakan pendekatan dengan rakyat.

Kawasan Balai Kota Surakarta memiliki seluruh elemen situasional yang dapat berpengaruh dalam aktivitas komunikasi. Balai kota Surakarta adalah lingkungan objektif yang dapat mempengaruhi suasana dan perilaku komunikasi. Aktivitas komunikasi yang terjadi di kawasan balai kota Surakarta memungkinkan adanya pertukaran cerita objek

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik wisata. Dan juga sebagai arena promosi kawasan wisata yang akan dilakukan dengan narasi the spirit of Java yang dikemas dalam konten menarik sesuai dengan kebudayaan. Balai kota Surakarta dapat menjadi ruang promosi yang strategis bagi perkembangan destinasi pariwisata kota di Surakarta selain perputaran ekonomi dalam agenda wisata kuliner.

Referensi

- Adjie, Bergas & Anggina.2023. Efektifitas City Branding “Solo, the Spirit of Java” terhadap Implementasi Program Perencanaan Kepariwisata. *Cakra Wisata* No 2 Vol 24 (10-21)
- Adikampana, I Made. (2017). *Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Bali: Cakra Press
- Fadhila, Nadhifa. 2023. Pemanfaatan Ruang Publik Kawasan Kuliner sebagai Destinasi Wisata di Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. *Jurnal Perencanaan Wilayah Kota dan Pemukiman*, No. 1 Vol 5 (172-183).
- Hardiman, Budi.2010. Ruang Publik “melacakan partisipasi demokrasi” dari Polis sampai Cyberspace. Kanisius: Yogyakarta
- Junaid, Ilham dkk. 2022. Model Pengembangan Interpretasi Pariwisata Edukasi di Museum Kota Makassar. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, NO 16 Vol 2 (216-236).
- Kusuma & Herdiana.2023. Identifikasi Pengaruh Public Space terhadap Kondisi Emosional Pengunjung dalam Pemanfaatan Pelayanan Pemerintah di Balai Kota Bandung.
- Pasaribu, Angelina & Eva. 2022. Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Wisata Lawe Gurah, Taman Nasional Gunung Leuser. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, (15-32)
- Pradipta.2022. Strategi Pemulihan Pariwisata di Kota Solo. *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata* No 2 Vol 9 (99-108).
- Pandansari, Ayu dkk.2020. Dinamika city branding kota Surakarta dalam menarik minat berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja* No 1 Vol 46 (242-254).
- Riwukore Jefritson, dkk.2021. Kondisi Eksisting Destinasi Pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kelembagaan, dan Ekosistem Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, No 15 Vol 2 (103-115).
- Rahmdon, Akamal. Dkk.2020. Kota Festival dan Kebijakan Wisata di Kota Surakarta. *Jurnal Analisa Sosiologi*, NO 9 Vol 2 (478-492).

Balai Kota Surakarta sebagai Ruang publik

Shabudin, Arfa. Dkk. (2019). Budaya Panjang Mulud sebagai Daya Tarik Wisata Perkotaan
Berbasis Masyarakat di Kota Serang

Utama, I Gusti (2015). Pengembangan Wisata Kota sebagai Pariwisata Masa Depan
Indonesia. Prosiding Nasional, hal (1-12)