

**IDENTIFIKASI LANDMARK
SEBAGAI PENUNJANG KARAKTER WISATA SEJARAH
BERDASARKAN RUTE WISATA BUS MACYTO
DI KOTA MALANG**

**(LANDMARK IDENTIFICATIONS
AS SUPPORTING CHARACTER OF HISTORICAL TOURISM
BASED ON MACYTO BUS TOURISM'S ROUTE IN MALANG CITY)**

Olivia Caterine Dora Maran, Ibnu Sasongko, Mohammad Reza
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Nasional Malang
Jl. Bendungan Sigura-Gura No. 2 Malang Telp. (0341) 551431, 553015
email: hallo.taoct21@gmail.com

ABSTRAK

Kesulitan dalam menemukan arah, mengenali lingkungan sekitar dan menentukan rute yang tepat untuk menuju ke tempat yang diinginkan oleh wisatawan menjadi sesuatu yang akan menjadi tantangan bagi pembangunan yang ditujukan untuk membantu sektor kepariwisataan di Kota Malang. Penelitian ini akan fokus pada Landmark yang berhasil diidentifikasi oleh wisatawan serta yang memiliki aspek visual yang menarik dalam mengenalinya.

Tujuan yang ingin dicapai adalah mengidentifikasi Landmark yang dapat membantu kegiatan navigasi wisatawan sepanjang rute wisata Bus MACYTO. Dengan jenis penelitian menggunakan pendekatan Kualitatif dan Mental Mapping diharapkan penelitian ini akan menghasilkan kajian tentang aspek visual dari estetika bentuk masing-masing Landmark berkarakter wisata sejarah juga fungsinya sebagai objek yang dapat menjadi titik orientasi wisatawan dan masyarakat Kota Malang.

Hasil penelitian melalui Mental Mapping menunjukkan bahwa kehadiran Landmark membawa identitas dan mewakili kawasan koridor jalan seperti Kawasan Alun-Alun Merdeka, Kawasan Jl. Kawi, Kawasan Jl. Ijen, Kawasan Jl. Semeru dan Kawasan Alun-Alun Tugu. Dari 41 Landmark yang berhasil diidentifikasi, terdapat 20 Landmark yang dapat mencerminkan karakter sejarah di Kota Malang berdasarkan responden. Serta Landmark yang ideal sebagai navigator adalah Balai Kota Malang, Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan, Alun-Alun Tugu, Gereja Katedral Ijen, Masjid Jami' dan GPIB Immanuel.

Kata kunci: Landmark, Wisata Sejarah, Rute Wisata Bus Macyto

ABSTRACT

The difficulties in determining direction, recognize environment around and rightly determine route to the desirable tourist destinations would be development's challenge that aimed to assist tourism sector in Malang City. This research was only focus on Landmark that had been succeed identified by the travelers and had visual aspect and very interesting to be recognized.

This research was aimed to identificate Landmark that could assist navigation activities of travelers along MACYTO bus tourism's route. This research used qualitative and mental mapping approach also this research was expected to produce a study about visual aspects of estethical forms of each Landmark of hystorical character objects beside its function as orientation of tourism center for tourists and the community of Malang City.

The result of research by using mental mapping showed that the presence of Landmark and region corridor represent street like Alun-Alun Merdeka region, Kawi street region, Ijen street region, Semeru street region and Alun-Alun Tugu region. From 41 Landmarks that were succeed identified, there were 20 Landmarks can reflect hystorical characters in Malang City according to respondents and also ideal Landmarks as navigator such as Balai Kota Malang, Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan, Alun-Alun Tugu, Gereja Katedral Ijen, Masjid Jami' and GPIB Immanuel

Keyword : Landmark, Historical Tourism, Macyto Bus Tourism's Route

PENDAHULUAN

Saat ini dengan berbagai alasan seperti ingin merasakan keindahan alam, cuaca yang baik, lingkungan yang istimewa atau sekedar mempelajari ikatan sejarah maupun keluarga dapat membawa seseorang untuk memutuskan melakukan perjalanan wisata (Pacific Association Of Travel Agent). Oleh sebab itu perjalanan wisata saat ini banyak dilakukan di berbagai belahan dunia karena ketertarikan mereka terhadap sesuatu yang dapat menjadi tempat rekreasi, mempelajari keunikannya bahkan untuk pengembangan pribadinya. Perjalanan wisata juga dilakukan memenuhi kebutuhannya dalam mencari suatu pengalaman baru yang belum pernah mereka dapatkan sebelumnya (Dilla Pratiyudha & M. Baiquni, 2013:2).

Namun, selama seseorang melakukan perjalanan wisata di tempat baru sering kali ia menghadapi kejadian seperti tersesat. Tersesat adalah hal yang tidak bisa dihindari meski sudah berbekal GPS maupun peta. Tentu hal ini akan mengurangi tingkat kepuasan selama melakukan perjalanan wisata. Ini dikarenakan kepuasan merupakan final atau akhir dari melakukan perjalanan wisata. Hal ini diperkuat dengan teori Citra Destinasi (*Destination Image*) yang adalah paham kepuasan berwisata oleh wisatawan yang diperoleh dari seberapa besar ia mengenal destinasi atau objek wisata selama melakukan perjalanan wisata (Asya Hanif, Dkk, 2016).

"Landmark knowledge has been shown to the first level of spatial knowledge a person develops through interaction with a new environment (Siegel & White, 1975), coming before the development of route knowledge or network knowledge. Because of their dominance in human mental representations of space, landmarks are widely used in human way finding and human communication about routes" (Matt Duckham, Stephan Winter, Michelle Robinson, 2010: 1). Pengertian menurut Matt Duckham, dkk di atas mengartikan pengetahuan akan Landmark sebagai tingkatan pertama akan pengetahuan spasial seseorang, yang berkembang melalui interaksinya dengan lingkungan yang baru. Pengetahuan Landmark oleh seseorang muncul sebelum berkembangnya pengetahuan akan rute dan jaringan yang dikarenakan dominasinya dalam representasi manusia akan ruang sehingga secara luas Landmark digunakan dalam rangka menemukan jalan dan

berkomunikasi tentang rute. Sehingga dengan mengenali landmark, wisatawan atau siapa saja yang melakukan perjalanan di Kota Malang dapat lebih mengenal lingkungan di Kota Malang dan tentu saja dapat membantu wisatawan dalam menentukan rute perjalanan. Hal ini didukung oleh Kevin Lynch (1960) yang mengungkapkan bahwa konsep dari landmark adalah elemen dalam bentuk yang tegak lurus yang dapat dilihat dari kejauhan oleh pengamat dan fungsinya sebagai penuntun dalam menemukan jalan tertentu atau lingkungan tertentu.

Saat ini untuk menunjang kegiatan wisata di Kota Malang, pemerintah menyediakan Bus "MACYTO" atau Malang City Tour, sebagai bus yang menyediakan jasa berupa rute wisata berkeliling Kota Malang. Rute wisata ini dimulai dari Alun-alun Tugu di Jalan Tugu sampai ke Jalan Ijen dan kembali ke Alun-alun Tugu. Lokasi-lokasi yang dilewati oleh Bus MACYTO menyajikan wisata yang mempertunjukan objek atau aset sejarah yang merupakan warisan dari zaman kolonial Belanda dari Kota Malang.

Terdapat hubungan yang erat antara Wisata, Landmark, Kota Malang dan Rute Wisata Bus MACYTO. Hal ini dilatarbelakangi oleh pengetahuan terhadap lingkungan yang merupakan hal yang sangat diperlukan bagi setiap orang untuk melakukan pengenalan terhadap tempat mereka berorientasi kepada keseluruhan lingkungan atau tempat wisata di Kota Malang. Kesulitan dalam menemukan arah, mengenali lingkungan sekitar dan menentukan rute yang tepat untuk menuju ke tempat yang diinginkan oleh wisatawan menjadi sesuatu yang akan menjadi tantangan bagi pembangunan yang ditujukan untuk membantu sektor kepariwisataan di Kota Malang, khususnya membantu wisatawan dalam memudahkan perjalanan wisatanya di Kota Malang. Banyak masalah yang terjadi saat seseorang melakukan wisata yang disebabkan oleh keterbatasan persepsi, ingatan, seberapa mampu seseorang dalam mempelajari ruang dan masih banyak lagi. Pemilihan rute wisata bus MACYTO dari sekian banyak jenis perjalanan di yang ada di Kota Malang dikarenakan rute bus MACYTO merupakan contoh yang sudah jelas dan kelihatan karakter perjalanan wisatanya. Wisata yang disajikan selama perjalanan bersama bus

MACYTO dibuat untuk mengenal aset atau objek heritage/sejarah di kota Malang.

Keterbatasan manusia dalam menemukan arah, mengenali lingkungan sekitar dan menentukan rute yang tepat untuk menuju ke tempat yang diinginkan menjadi alasan dibutuhkan pengenalan Landmark yang secara visual dapat menjadi alat bantu untuk kegiatan bernavigasi khususnya bagi wisatawan. Kota Malang dengan peninggalan objek bersejarah hingga saat ini belum memiliki pengidentifikasian khusus mengenai Landmark yang dapat menunjang karakter wisata sejarah. Penunjang karakter yang dimaksud dalam hal ini sebagai titik orientasi visual wisatawan dalam mengenali wilayah dan menjadi alat bantu dalam bernavigasi. Sehingga dibutuhkan pengidentifikasian terhadap Landmark yang dapat menjadi titik orientasi dalam bernavigasi/navigator oleh wisatawan di sepanjang rute wisata Bus MACYTO.

PEMBAHASAN

I. Landmark Yang Berada di Sepanjang Rute Wisata Bus MACYTO

Lynch (1960) dan Sorrow & Hirtle (1999) mengartikan Landmark sebagai objek fisik yang berbentuk tegak lurus atau vertikal yang dapat dilihat dari jauh, menonjol atau kontras dengan lingkungan sekitarnya dan dikenali oleh pengamat sehingga berperan sebagai poin acuan/penanda misalnya toko, bukit, sekolah atau objek yang memberikan membantu dengan tujuan orientasi atau mengarahkan pada lokasi tertentu, jalan kembali atau navigasi. Sehingga dapat disimpulkan ciri - ciri dari objek yang dapat dikategorikan sebagai Landmark dalam penelitian ini yaitu :

1. Merupakan objek sejarah
2. Ukuran Objek, yaitu : panjang, lebar dan tinggi
3. Warna Objek
4. Lokasi Spasial
5. Jarak Pengamatan

A. Pengintepretasian Peta Mental

Mental Mapping yang diterapkan oleh dalam proses pengambilan data memperoleh 36 "Peta Mental" dari 36 Partisipan yang merupakan wisatawan yang mengikuti wisata bersama Bus MACYTO. Penelitian terhadap partisipan berlangsung selama 2

(dua) minggu, terhitung dari tanggal 3 Agustus sampai 12 Agustus 2018.

Tujuan utama dari pengidentifikasian Landmark melalui proses Mental Mapping dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui elemen, fitur dan ruang yang menonjol, berpengaruh dan berbeda dari lingkungan sekitar (Hasanudin : 2003 dan Siegel & White : 1975 dalam Matt Duckham,dkk : 2010)
2. Mengetahui elemen, fitur dan ruang yang merepresentasikan lingkungan disekitarnya (Siegel & White : 1975 dalam Matt Duckham,dkk : 2010).

Untuk mengetahui objek yang dapat merepresentasikan lingkungan sekitarnya maka, kumpulan objek di sepanjang koridor jalan yang dilewati Bus MACYTO tersebut, dibagi ke dalam beberapa segmen. Segmen ini merupakan lingkungan (koridor jalan) yang akan direpresentasikan oleh kumpulan objek yang selanjutnya akan disebut sebagai Landmark.

Sehingga pembagian segmen berdasarkan tiga karakteristik di atas diperoleh 5 segmen jalan sesuai rute wisata bus MACYTO adalah :

Tabel
Pembagian Segmen

Segmen	Keterangan
1	Kawasan Alun-Alun Merdeka (Dimulai dari Monumen Chairil Anwar di Jl. Jenderal Basuki Rahmat - Jl. Merdeka Utara, Jl. Merdeka Timur, Jl. Merdeka Selatan dan Jl. Merdeka Barat)
2	Kawasan Jalan Kawi
3	Kawasan Ijen (Jl. Besar Ijen - Jl. Ijen)
4	Kawasan Jalan Semeru
5	Kawasan Alun-Alun Tugu (Dimulai dari Perempatan Jl. Semeru, Jl. Kahuripan dan Jl. Jenderal Basuki Rahmat - Jl. Kahuripan - Jl. Tugu - Jl. Majapahit)

Sumber : Hasil Analisa, 2018

Melalui proses kodefikasi diperoleh 41 Landmark yang berhasil di identifikasi oleh partisipan melalui peta mental yang dihasilkan. Kumpulan Landmark tersebut kemudian menjadi satu kesatuan yang

menjadi identitas bagi Segmen atau lingkungan tempatnya berada, yang dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel
Landmark di Sepanjang Rute Wisata Bus
MACYTO

Landmark	Segmen
Alun-Alun Merdeka, Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan, GPIB Immanuel, GPIB Immanuel, Gramedia, Hotel Pelangi, Kantor Pos Malang, KFC Coffee Sarinah Mall, Masjid Jami', Mc Donald's Sarinah, Monumen Chairil Anwar, Ramayana, Sarinah, Toko OEN	1
Aria Gajayana Hotel, Badan Pendidikan dan Pelatihan, BRI, MOG, Richeese Factory,	2
Gereja Katedral Ijen, Idjen Boulevard, Monumen Hamid Rusdi (Simpang Balapan), Monumen Melati Kadet Suropati, Monumen Pahlawan TRIP, Museum Brawijaya, Perpustakaan Umum	3
Gereja Kristen Kalam Kudus Semeru, Lapangan Tenis Gajayana, Malang Strudel, Stadion Gajayana, Swalayan Lai-Lai	4
BCA, Alun-Alun Tugu, Balai Kota Malang, DPRD Kota Malang, Hotel Tugu, Jembatan Majapahit (Splendid), KODIM 0833, Masjid Jenderal Ahmad Yani, Pasar Burung Splendid, Taman Rekreasi Kota, Wisma Tumapel	5

Sumber : Hasil Analisa, 2018

Melalui tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kumpulan Landmark yang berada pada Segmen 1 merupakan identitas dari kawasan Alun-Alun Merdeka, Landmark yang berada pada Segmen 2 merupakan identitas dari kawasan Jalan Kawi, Landmark yang berada pada Segmen 3 merupakan identitas dari kawasan Jalan Ijen, Landmark yang berada pada Segmen 4 merupakan identitas dari kawasan Jalan Semeru dan Landmark yang berada pada Segmen 5 merupakan identitas dari kawasan Alun-Alun Tugu.

Masing-masing Landmark tersebut juga memiliki jarak pengamatan. Fungsi dari jarak pengamatan adalah untuk mengukur seberapa besar jarak pandang dari pengamat ke Landmark. Jarak pengamatan diukur dari AS Jalan sampai dinding depan bangunan sebagai ukuran jarak pengamat dapat mengenali Landmark tersebut. Jarak pengamatan atau jarak pandang antara pengamat dengan bangunan akan mempengaruhi pengalaman akan ruang yang diorientasikan oleh Landmark.

B. Ciri Khas Visual Landmark

Berhubungan dengan karakter visual yang dimiliki oleh Landmark maka diperlukan estetika dan pengidentifikasian Landmark. Pengertian dari estetika dapat dihubungkan dengan *aisthesis* dalam bahasa Yunani yang berarti pengamatan atau persepsi (K. Kuypers, 1977 : 251). Sehingga mengukur elemen pembentuk Landmark dapat menggunakan teori estetika, karena estetika merupakan ilmu pengetahuan tentang pengamatan dan sangat berhubungan dengan indera yang sangat diperlukan dalam pengidentifikasian Landmark berdasarkan standar yang obyektif. Estetika dari aspek filosofis sebagai ilmu yang obyektif karena memakai ukuran yang nyata, jelas dan dapat diterima oleh semua orang, terlepas dari pendirian dan filosofi yang sebelumnya sudah mereka miliki dan mereka yakini. Estetika yang dimaksud adalah komposisi bentuk yang terdiri dari *Focal Point*, *Sequence* (Urut-Urutan) dan *Unity* (Kesatuan). Analisis Landmark dengan menelusuri keestetikaannya dilakukan untuk mengetahui adanya kaitan antara komponen visual fisik dan lingkungan sekitar Landmark.

Persepsi visual yang dapat ditangkap dari masing-masing Landmark meliputi ukuran, seperti MOG dan Aria Gajayana Hotel dengan tinggi bangunan paling menonjol diantara bangunan sekitarnya sepanjang koridor Jl.Kawi. Persepsi visual yang berasal dari warna antara lain Kantor Pos dan Gereja Kristen Kalam Kudus Semeru dengan komposisi warna keduanya yang memberikan kesan objek lebih besar sehingga kontras dan dapat dikenali. Sarinah dan BCA yang bermaterial kaca dan satin (mengkilap) pada bangunannya, serta bentuk bangunan unik yang dapat dilihat dari menara kembar pada kiri-kanan gereja Hati Kudus Yesus Kayutangan dan menara pada Masjid Jami'. Ornamen yang terdapat pada Landmark juga menjadi aspek persepsi visual, hal ini dapat dilihat melalui pahatan/rangkaian bunga melati pada monumen Melati Kadet Suropati dan monumen lainnya seperti monumen Chairil Anwar, Hamid Rusdi dan lain sebagainya.

Selain kekontrasan atau elemen pada bangunan yang menonjol, deretan bangunan sebelum Landmark yang dimaksud dan kesatuan bentuk dan ukuran bangunan di kiri dan kanan Landmark dapat mempengaruhi persepsi visual Landmark

tersebut. Salah satu contohnya adalah Perpustakaan Umum Kota Malang yang memiliki urutan atau deret bangunan sebelumnya yang adalah rumah bergaya villa berwarna putih, yang menjadikan bangunan Perpustakaan Umum ini lebih menonjol walaupun berwarna hijau, yang memberikan kesan objek terlihat lebih kecil. Aspek unity atau kesatuan sifat yang dapat dilihat melalui kesinambungan Balai Kota Malang dan Kantor DPRD Kota Malang yang memiliki bentuk bangunan simetris, berwarna putih namun tetap menjadikan Balai Kota sebagai bangunan yang menonjol karena bergaya arsitektur Kolonial Belanda. Lapangan Tenis Gajayana, Pasar Burung Splendid, Swalayan Lai-Lai dan Wisma Tumapel merupakan Landmark yang tidak memiliki ke-khasan atau elemen yang menonjol secara visual. Dapat dikatakan dalam pengidentifikasiannya, keempat Landmark ini merupakan bangunan yang sering dikunjungi oleh responden dan menjadi tempat tujuan untuk menyalurkan hobi mereka. Hal ini juga dapat menjadikan sebuah objek dapat diingat.

Secara konseptual Landmark yang paling banyak dikenali merupakan Landmark yang boleh dikatakan "Sesuai" menjadi navigator bagi wisatawan selama melakukan perjalanan wisata sejarah. Penjabarannya lebih detail dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel
Frekuensi Landmark Yang Dikenali
Partisipan di Sepanjang Rute Wisata Bus
MACYTO

Landmark	Frek.	Keterangan
Alun-Alun Merdeka	27	Landmark lainnya yang diidentifikasi dengan Frekuensi kecil (1) :
Monumen Hamid Rusdi (Simpang Balapan)	24	
Balai Kota	23	
Ijen Boulevard	23	
Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan	20	
MOG	20	
Alun-Alun Tugu	17	
Gereja Katedral Ijen	16	
Museum Brawijaya	12	8. Jembatan

Landmark	Frek.	Keterangan
Monumen Melati Kadet Suropati	10	9. Kantor DPRD Kota Malang
Stadion Gajayana	10	10. KFC Coffee Sarinah
Perpustakaan Kota Malang	9	11. Lapangan Tenis Gajayana
Taman Rekreasi Kota	9	12. Malang Strudel
Monumen Pahlawan TRIP	6	13. Masjid Jenderal Ahmad Yani
Sarinah	6	14. Supermarket "Lai-Lai"
BCA	4	15. Toko OEN
Pasar Burung Splendid	4	16. Wisma Tumapel
Ramayana	4	
Kantor Pos	3	
KODIM 0833	3	
BRI	2	
Hotel Pelangi	2	
Masjid Jami'	2	
MC DONALD'S	2	
Patung Chairil Anwar	2	

Sumber : Hasil Analisa, 2018

Pada frekuensi Landmark tersebut diatas, ditemukan implikasi berupa kecenderungan responden dalam memilih tempat atau objek / destinasi bersejarah sebagai Landmark atau objek yang paling diingat dan kenalnya selama melakukan perjalanan wisata bersama bus MACYTO. Sedikit berbeda dari pengertian Landmark pada umumnya yang merupakan referensi kota dimana pengamat tidak bisa masuk ke dalamnya dan merasakan sensasi "masuk" dan "keluar" karena bisa dilihat dari luar letaknya, Idjen Boulevard yang diidentifikasi oleh 63,9 % responden, jika dilihat dari sifatnya dikatakan sebagai *Path*/Jalur karena merupakan saluran/jalur sepanjang pergerakan manusia yang merupakan koridor linear. Namun penemuan yang tidak terduga ini justru dapat memberikan jawaban terhadap fungsi Landmark sesungguhnya yang merupakan titik orientasi seseorang dalam mengenali lingkungannya. Idjen Boulevard benar-benar memberikan aspek visual yang menonjol sebagai Landmark dalam kemampuan kognisi responden. Sehingga atribut Idjen Boulevard yang khas yaitu Taman yang menarik yang merupakan median jalan, pohon palem yang berbaris rapi di sepanjang koridor jalan dan deretan perumahan

bergaya villa Kolonial Belanda sangat berbeda dengan lingkungan sekitarnya dan jelas terlihat dari kejauhan.

Monumen Tugu yang berada pada Alun-Alun Tugu yang dikenal sebagai "Ikon" Kota Malang, dalam penelitian ini kalah pamor dengan Alun-Alun Merdeka. Hal ini dapat dilihat dari penjabaran tabel frekuensi di atas. Ranking Landmark di atas dapat menyimpulkan hierarki Landmark Kota Malang oleh responden terlepas dari status Tugu Kota Malang sebagai ikon Kota Malang.

C. Landmark Dengan Karakter Wisata Sejarah di Sepanjang Rute Wisata Bus MACYTO

Landmark yang telah teridentifikasi melalui penjabaran sub-bab sebelumnya, selanjutnya akan di *screening* sesuai dengan karakter wisata sejarah yang dimilikinya. Landmark yang sesuai dengan karakter wisata sejarah adalah :

Tabel
Landmark berkarakter Sejarah di Sepanjang Rute Wisata Bus MACYTO

No.	Landmark
1.	Alun-Alun Merdeka
2.	Alun-Alun Tugu
3.	Balai Kota Malang
4.	Gereja Katedral Ijen
5.	Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan
6.	GPIB Immanuel
7.	Hotel Pelangi
8.	Hotel Tugu
9.	Idjen Boulevard
10.	Jembatan Majapahit (Splendid)
11.	Kantor Pos Malang
12.	Masjid Jami'
13.	Monumen Chairil Anwar
14.	Monumen Hamid Rusdi (Simpang Balapan)
15.	Monumen Melati Kadet Suropati
16.	Monumen Pahlawan TRIP
17.	Museum Brawijaya
18.	Stadion Gajayana
19.	Toko OEN
20.	Wisma Tumapel

Landmark di atas merupakan objek wisata sejarah dan bangunan cagar budaya serta bangunan yang telah ada sejak jaman Kolonial Belanda dan menjadi sejarah perkembangan Kota Malang yang sangat bernilai karena merupakan warisan budaya dan harus dijaga, lestarian, dan juga kenalkan kepada khalayak umum.

II. Landmark Dengan Karakter Wisata Sejarah di Sepanjang Rute Wisata Bus MACYTO

Karakter wisata sejarah yang dimiliki oleh Kota Malang adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan dengan lanskap sejarah di Kota Malang sebagai obyek wisata sekaligus sebagai upaya pengenalan dan penghargaan terhadap sejarah tersebut. Sehingga Landmark yang telah teridentifikasi sebelumnya dapat menjadi penunjang wisatawan saat melakukan kegiatan perjalanan wisata sejarah di Kota Malang karena dikenali oleh pengamat dan berfungsi sebagai guide/pemandu dalam menemukan jalan mereka (navigator). Jika sebuah Landmark dapat bersifat dominan dalam proses manusia membangun representasi dari sebuah tempat, maka secara luas objek ini dijadikan sebagai alat dalam membantu komunikasi mengenai rute dan menemukan jalan (*wayfinding*). Terlebih lagi lingkungan perkotaan yang sangat heterogen dan beraneka macam menjadikan Landmark sangat dibutuhkan dalam hal fungsinya. Sehingga Landmark yang dapat dikategorikan sebagai guide atau pemandu jalan (Navigator) (Lynch :1960) dapat diperoleh melalui pembobotan terhadap karakteristik Landmark yang membantu kegiatan bernavigasi seseorang. Kategori Landmark tersebut dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel
Karakteristik Landmark Untuk Navigasi

Karakter	Faktor	Penjelasan
Visual	Ukuran Fisik	Lebih besar, lebih mudah diingat
	Memiliki Bagian yang Menonjol	Memiliki Bagian yang menonjol (tanda arsitektur yang mengesankan)
	Berbeda dari lingkungan sekitar	Berbeda dari lingkungan sekitar
	Siang vs Malam	Dapat dilihat dengan baik (Siang dan Malam)
	Dekat Dengan Jalan	
Semantik/ Makna	Ubiquity dan Familiaritas	Merupakan elemen yang ada dimana-mana dan akrab dengan semua orang (dikenal semua orang baik

Karakter	Faktor	Penjelasan
		satu kota dan negara dan secara luas diiklankan)
	Panjang Deskripsi	memerlukan deskripsi singkat atau sangat akrab seperti : Kantor Polisi 1. Rumah Sakit 2. Gereja, Masjid, Pura, Kelenteng, Vihara 3. Sekolah 4. Pasar 5. Kuburan 6. Pelayanan Pos 7. Pelayanan Telepon
Struktural	Luasan Spasial	Elemen berbasis titik (objek tunggal) cenderung lebih cocok dikategorikan sebagai landmark yang ideal karena kurang ambigu dibandingkan dengan landmark dengan luasan spasial. 1. Objek Tunggal ; Tugu, Bangunan 2. Objek dengan luasan spasial ; Taman, Lapangan
	Keabadian/Permanen	Elemen yang diharapkan tidak akan berpindah lokasi merupakan landmark yang lebih baik dibandingkan dengan elemen yang berpotensi akan berpindah Permanen ; 1. Gereja 2. Sekolah 3. Rumah Sakit berpotensi akan berpindah tempat (Toilet, POM Bensin) Tidak Permanen ; 1. Toilet Umum 2. Pom Bensin 3. Toko 4. Ritel

Berdasarkan penjabaran faktor di atas sistem skoring menggunakan 5 (lima)

urutan/rangking untuk kesesuaian dari karakter landmark yang dapat membantu kegiatan navigasi. Ranking yang dimaksud terdiri dari :

Tabel
Rangking Kesesuaian

Rangking	Nilai
Ideal	≥8
Kesesuaian-Tinggi	4-7
Sesuai	2-3
Agak Sesuai	1
Tidak Sesuai	0

Pembobotan Landmark dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui rangking kesesuaian sebagai navigator dari tiap-tiap Landmark yang sudah diidentifikasi sebelumnya berdasarkan karakteristik di atas. Dari 41 Landmark yang telah teridentifikasi, hanya 37 Landmark yang akan diterapkan pembobotan terhadap karakteristik Landmark Navigator.

20 Landmark dengan karakter sejarah di atas memenuhi faktor "Keabadian/Permanen" karena merupakan bangunan cagar budaya di Kota Malang. Dari tabel hasil analisa di atas dapat diketahui Landmark mana saja yang memiliki kesesuaian sebagai navigator bagi masyarakat Malang maupun wisatawan dalam merepresentasikan ruang wisata sejarah, *way-finding* dan menunjang komunikasi antar-manusia mengenai rute perjalanan wisata historis/sejarah di kota Malang. Faktor kesesuaian dari Landmark sebagai navigator secara sederhana dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel
Landmark dan Tingkat Kesesuaian sebagai Navigator

No	Landmark	Nilai
1	Alun-Alun Merdeka	Kesesuaian Tinggi
2	Monumen Hamid Rusdi (Simpang Balapan)	Kesesuaian Tinggi
3	Balai Kota	Ideal
4	Idjen Boulevard	Kesesuaian Tinggi
5	Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan	Ideal
6	Alun-Alun Tugu	Ideal
7	Gereja Katedral Ijen	Ideal
8	Museum Brawijaya	Kesesuaian Tinggi
9	Monumen Melati Kadet Suropati	Kesesuaian Tinggi
10	Monumen Pahlawan TRIP	Kesesuaian Tinggi
11	Hotel Pelangi	Kesesuaian Tinggi
12	Hotel Tugu	Agak Sesuai
13	Kantor Pos Malang	Kesesuaian Tinggi

No	Landmark	Nilai
14	Stadion Gajayana	Kesesuaian Tinggi
15	Wisma Tumapel	Sesuai
16	Masjid Jami'	Ideal
17	Patung Chairil Anwar	Kesesuaian Tinggi
18	GPIB Immanuel	Ideal
19	Jembatan Majapahit	Kesesuaian Tinggi
20	Toko OEN	Sesuai

Sumber : Hasil Analisa, 2018

Dari tabel di atas dapat disimpulkan Landmark yang "Ideal" sebagai navigator adalah Balai Kota, Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan, Alun-Alun Tugu, Gereja Katedral Ijen, Masjid Jami' dan GPIB Immanuel. Sedangkan Landmark dengan kemampuan sebagai navigator yang rendah adalah Hotel Tugu. Hal ini dikarenakan hotel ini tidak memenuhi ke delapan kriteria yang penting dimiliki oleh Landmark navigator yaitu dari segi visual, semantik dan struktural. Sehingga Landmark yang dapat menjadi penunjang karakter wisata sejarah di Kota Malang di sepanjang koridor jalan yang dilewati oleh Bus MACYTO dalam penelitian ini adalah :

1. Alun-Alun Merdeka
2. Monumen Hamid Rusdi (Simpang Balapan)
3. Balai Kota Malang
4. Idjen Boulevard
5. Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan
6. Alun-Alun Tugu
7. Gereja Katedral Ijen
8. Museum Brawijaya
9. Monumen Melati Kadet Suropati
10. Monumen Pahlawan TRIP
11. Hotel Pelangi
12. Kantor Pos Malang
13. Stadion Gajayana
14. Wisma Tumapel
15. Masjid Jami'
16. Patung Chairil Anwar
17. GPIB Immanuel
18. Jembatan Majapahit
19. Toko OEN

KESIMPULAN

Identifikasi Landmark sebagai penunjang karakter wisata sejarah di Kota Malang berdasarkan rute wisata bus MACYTO merupakan penelitian yang mengkaitkan hubungan antara wisata sejarah, Landmark dan kegiatan perjalanan wisata Bus MACYTO. Wisata yang disajikan selama perjalanan bersama bus MACYTO dibuat untuk mengenal aset atau objek

heritage/sejarah di kota Malang. Sedangkan Mental Mapping yang diterapkan dalam penelitian merupakan alat ukur peneliti dalam mengukur kemampuan mengenali ruang spasial wisatawan yang diwaliki oleh 36 responden di sepanjang koridor jalan dari rute wisata bus MACYTO. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa terdapat beberapa identitas kawasan yang diwakilkan oleh keberadaan Landmark tersebut antara lain Kawasan Alun-Alun Merdeka, Kawasan Jalan Kawi, Kawasan Jalan Ijen, Kawasan Jalan Semeru dan Kawasan Alun-Alun Tugu. Landmark-Landmark tersebut memiliki ciri khas visual yang diingat oleh wisatawan sehingga untuk memperkuat aspek tersebut dipakai analisis menggunakan Estetika Bentuk. Hasil identifikasi juga menunjukkan bahwa Monumen Tugu yang berada pada Alun-Alun Tugu yang dikenal sebagai "Ikon" Kota Malang, dalam penelitian ini kalah pamor dengan Alun-Alun Merdeka sesuai dengan rangking Landmark yang paling banyak dikenali oleh responden. Alun-Alun Merdeka berada pada tingkatan paling atas, terlepas dari status Tugu Kota Malang yang dikatakan sebagai ikon Kota Malang.

Selain objek atau aset sejarah yang berhasil diidentifikasi, Landmark di sepanjang rute wisata bus MACYTO juga bayangi oleh bangunan komersial modern. Hal ini tentunya mengurangi dampak Landmark bersejarah terhadap identitas wisata sejarah Kota Malang. Hasil *screening* menunjukkan bahwa Landmark berkarakter sejarah di Kota Malang berdasarkan Rute Wisata Bus MACYTO adalah Alun-Alun Merdeka, Monumen Hamid Rusdi (Simpang Balapan), Balai Kota Malang, Idjen Boulevard, Gereja Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan, Alun-Alun Tugu, Gereja Katedral Ijen, Museum Brawijaya, Monumen Melati Kadet Suropati, Monumen Pahlawan TRIP, Hotel Pelangi, Kantor Pos Malang, Stadion Gajayana, Wisma Tumapel, Masjid Jami', Patung Chairil Anwar, GPIB Immanuel, Jembatan Majapahit dan Toko OEN. Sehingga Landmark yang menjadi penunjang karakter wisata sejarah melalui fungsinya sebagai navigator yang ideal bagi masyarakat Malang maupun wisatawan dalam merepresentasikan ruang wisata sejarah, *way-finding* dan menunjang komunikasi antar-manusia mengenai rute perjalanan wisata historis/sejarah di kota Malang adalah Balai Kota Malang, Gereja

Khatolik Hati Kudus Yesus Kayutangan, Alun-Alun Tugu, Gereja Katedral Ijen dan Masjid Jami'.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Wayan. 2007. Pusaka Budaya dan Pariwisata. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Atmadjaja, J. Srisusana, Dewi, M. Sartika. 1999. Estetika Bentuk. Jakarta: Gunadarma.
- Ching, Francis D.K. 2008. Arsitektur: Bentuk Ruang dan Tatahan Edisi Ketiga. Hanggan S, penerjemah. Jakarta (ID): Erlangga. Terjemahan dari: John Wiley & Son, Inc.
- Djelantik, A.A.M. 2004. Estetika: Sebuah Pengantar. Bandung: MSPI & Arti.
- Handinoto, Soehargo, Paulus H. 1996. Perkembangan Kota dan Arsitektur Kolonial Belanda di Kota Malang. Yogyakarta: Andi
- Raco, J.R. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Grasindo
- Widodo, Dukut Imam. 2006. Malang Tempo Doeloe Djilid Doea. Malang: Bayumedia
- Burnett, G.E. 2000. Turn right at the traffic lights" The requirement for landmarks in vehicle navigation systems. *The Journal of Navigation*. 53(3): 499-510
- Dewi, M. Nilarisma, Samuel, Hatane. 2015. Pengaruh Gaya Hidup (*lifestyle*), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (*destination*) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*. 3(1): 1-13
- Duckham, Matt, Stephan Winter, Michelle Robinson. 2010. Including *Landmark in Routing Instruction*. *Jurnal of Location Based Service*. 00(00): 1-20
- Hanif, Asya, Adriani Kusumawati, M. Kholid Mawardi. 2016. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 38 (1): 44-52.
- Hussain, K. A. Mirsa, Ujang, Norsidah. 2014. Visitors' Identification of Landmark in The Historic District of Bandar Hilir, Melaka-Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Science*. 153 (2014): 689-699.
- J, Edwards S., dkk. 2016. Optimising Landmark-Based Route Guidance for Older Driver. *Transportation Research F: Traffic Psychology and Behaviour*. 43 (2016): 225-237
- Richter, K.Florian, Winter, S. 2011. Harvesting user-generated content for semantic spatial information: The Case of landmarks in OpenStreetMap. *Proceedings of the Surveying & Spatial Sciences Biennial Conference, Wellington, New Zealand*. Halaman 75-86.
- Sayangbatti, D. Pratiyudha, Baiquni, M. 2013. Motivasi dan Persepsi Wisatawan tentang Daya Tarik Destinasi terhadap Minat Kunjungan Kembali di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*. 5(2): 126-136.
- Sorrrows, M.E., Hirtle, S.C. 1999. The Nature of Landmarks for Real and Electronic Spaces. *Spatial Information Theory Cognitive and Computational Foundations of Geographic Information Science*.
- SK MENPARPOSTEL No. KM. 98/PW.102/MPPT-87 tentang Pariwisata. Undang-Undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata