

Perubahan Makna Ruang Publik di Kawasan Wisata Kota Lama Surabaya

Dewinta Nuraini¹, Arief Sudrajat², Eufrasia Kartika Hanindraputri³, Khalid Syaifullah⁴

^{1,2,3,4} Prodi Sosiologi, Universitas Negeri Surabaya

dewinta.23012@mhs.unesa.ac.id¹, ariefsudrajat@unesa.ac.id², eufrasahanindraputri@unesa.ac.id³, khalidsyaifullah@unesa.ac.id⁴

ABSTRAK

Transformasi ruang publik di kawasan wisata *heritage* kerap menekankan estetika dan ekonomi, namun seringkali mengabaikan makna sosial ruang bagi masyarakat lokal. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana ruang yang dulunya bersifat inklusif dan komunal kini berubah menjadi ruang konsumsi yang terkontrol. Di Kota Lama Surabaya, proses revitalisasi menunjukkan gejala eksklusi simbolik dan fisik terhadap warga lokal, namun kajian terkait pengalaman dan makna ruang dari sudut pandang masyarakat masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana masyarakat lokal memaknai perubahan ruang publik pasca-revitalisasi, serta bagaimana mereka menegosiasikan ruang dengan narasi dominan pariwisata. Permasalahan utama yang diangkat adalah pergeseran makna ruang dari fungsi sosial menjadi simbol representatif wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena memungkinkan eksplorasi mendalam atas pengalaman subjektif warga, praktik sosial, dan relasi kuasa yang membentuk ruang. Landasan teori yang digunakan adalah teori produksi sosial ruang dari Henri Lefebvre, yang memandang ruang sebagai produk dari interaksi sosial dan kekuasaan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis wacana kritis. Hasil menunjukkan bahwa revitalisasi menghasilkan keterasingan warga dari ruang yang dulunya milik bersama, meskipun ada bentuk resistensi dan adaptasi komunitas. Penelitian ini terbatas pada lokasi dan aktor tertentu, sehingga studi selanjutnya disarankan memperluas konteks geografis dan mengkaji pengalaman kelompok rentan. Rekomendasi penelitian menekankan pentingnya partisipasi warga dalam perencanaan ruang publik agar revitalisasi tidak menimbulkan eksklusi, melainkan memperkuat makna kolektif dan keberlanjutan sosial.

Kata Kunci: ruang publik, Lefebvre, Kota Lama Surabaya, pariwisata *heritage*, eksklusi sosial

ABSTRACT

The transformation of public spaces in heritage tourism areas often emphasizes aesthetics and economics, but often neglects the social significance of space for local communities. This raises important questions about how spaces that were once inclusive and communal have now become controlled spaces of consumption. In Surabaya's Old Town, the revitalization process shows signs of symbolic and physical exclusion of local residents, but studies related to the experience and meaning of space from the perspective of the community are still limited. This study aims to examine how local communities interpret changes in public spaces after revitalization, as well as how they negotiate space with the dominant narrative of tourism. The main issue raised is the shift in the meaning of space from social function to a representative symbol of tourism. This study uses a qualitative approach because it allows for an in-depth exploration of residents' subjective experiences, social practices, and power relations that shape space. The theoretical framework used is Henri Lefebvre's theory of the social production of space, which views space as a product of social interaction and power. Data was collected through in-depth interviews, participatory observation, and critical discourse analysis. The results show that revitalization has led to the alienation of residents from spaces that were once collectively owned, despite forms of resistance and adaptation within the

community. This study recommends the need for active community involvement in the planning and management of public spaces to ensure that spatial transformations do not result in exclusion but instead strengthen collective meaning and social connectedness.

Keywords: *public space, Lefebvre, Old Town Surabaya, heritage tourism, social exclusion*

Naskah diterima: 27 Mei 2025, direvisi: 06 Agustus 2025, diterbitkan: 14 Agustus 2025

DOI : <https://doi.org/10.37253/altasia.v7i2.10449>

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, tren penataan ulang ruang kota melalui proyek revitalisasi menjadi strategi populer pemerintah daerah untuk meningkatkan daya tarik wisata dan nilai ekonomi kawasan *heritage*. Proyek-proyek ini kerap menitikberatkan pada perbaikan fisik, peningkatan estetika visual, serta pencitraan ulang ruang sebagai destinasi yang layak jual. Kota Lama Surabaya adalah contoh nyata dari transformasi tersebut. Kawasan ini, yang dahulu menjadi pusat aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat lokal dengan nilai sejarah tinggi, kini telah mengalami perubahan signifikan dalam wajah visual dan fungsi sosialnya. Bangunan kolonial dicat ulang, trotoar dipercantik, pencahayaan ditata, dan ikon wisata dibangun. Namun, dibalik kesan “kemajuan” tersebut, muncul tanda-tanda keterasingan warga lokal dari ruang yang dahulu mereka gunakan secara bebas dan komunal.

Ruang publik, secara konseptual, bukan hanya sebatas ruang fisik yang dapat diakses bersama. Ia juga merupakan arena sosial, simbolik, dan politis tempat warga membangun identitas, memperkuat relasi, dan menyatakan klaim atas keberadaan mereka di kota. Menurut (Husein & Satiawan, 2021), dalam studi mengenai konfigurasi spasial ruang publik di Tugu Pahlawan Surabaya, ruang publik berfungsi sebagai arena simbolik dan mediasi sosial di mana nilai-nilai budaya, relasi kekuasaan, dan praktik keseharian berinteraksi. Ruang tersebut terbagi menjadi zona non-fisik seperti zona kontemplatif, ceremonial, dan sosial yang merefleksikan bagaimana masyarakat dan pemangku kepentingan memaknai serta mengatur akses terhadap ruang publik melalui praktik visual,

simbolik, dan sosial-spasial. Dalam konteks pariwisata urban, ruang publik mengalami pergeseran makna menjadi ruang konsumsi yang dikendalikan untuk kepentingan wisatawan dan kapital. Transformasi inilah yang mulai tampak di Kota Lama Surabaya, di mana ruang yang dulu inklusif kini didesain ulang dengan orientasi visual bagi wisatawan.

Meskipun revitalisasi membawa dampak positif dari sisi ekonomi dan pelestarian bangunan tua, terdapat persoalan serius yang kurang mendapat perhatian: bagaimana perubahan ini dimaknai oleh masyarakat lokal? Apakah mereka masih merasa memiliki ruang tersebut, atau justru menjadi “penonton” di ruang yang dulu mereka hidupi? Di sinilah letak urgensi penelitian ini: mengkaji perubahan makna ruang publik dari sudut pandang warga lokal yang hidup berdampingan dengan proyek revitalisasi. Kesenjangan ini belum banyak disentuh dalam studi pariwisata *heritage* di Indonesia, yang lebih sering fokus pada keberhasilan teknis, dampak ekonomi, atau aspek konservasi fisik semata (Maulina & Suheri, 2020) (Anggraini & Marheni, 2023).

Beberapa studi terdahulu memang menyinggung aspek sosial dalam pengelolaan ruang wisata, namun belum secara spesifik membahas bagaimana makna ruang diproduksi ulang melalui relasi kuasa antara pemerintah, pelaku wisata, dan masyarakat lokal. (Mahindra & Megawati, 2022), misalnya, menunjukkan bahwa revitalisasi Jalan Panggung di Kota Lama Surabaya menuai kritik dari warga dan pegiat sejarah karena mengaburkan nilai autentik dan mengesampingkan partisipasi warga. Sementara itu, (Ansyorie et al., 2024) tentang *branding heritage* kampung Pakelan lebih menitikberatkan pada strategi promosi wisata

berbasis komunitas, tanpa mengupas secara kritis konflik makna dan akses ruang.

Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, studi ini mengangkat secara khusus bagaimana makna ruang publik diproduksi ulang dalam konteks relasi kuasa antara negara, pelaku wisata, dan masyarakat lokal. Penelitian ini juga menggunakan kerangka teori produksi sosial ruang dari Henri Lefebvre untuk membaca ruang sebagai produk simbolik dan politis, bukan sekadar objek fisik atau aset ekonomi. Selain itu, pendekatan yang digunakan mengintegrasikan analisis wacana kritis untuk mengungkap bagaimana narasi resmi dan bahasa visual turut mengatur siapa yang dianggap berhak atas ruang. Fokus pada pengalaman subjektif warga lokal dalam merespons transformasi ruang publik menjadi pembeda utama studi ini dibandingkan dengan kajian sebelumnya.

(Henri Lefebvre, 1991) melalui teori produksi sosial ruang menjelaskan bahwa ruang tidak pernah netral; ia adalah hasil dari konstruksi sosial-politik yang melibatkan relasi dominasi, simbol, dan praktik keseharian. Pemikiran Lefebvre ini tetap relevan dalam kajian mutakhir. Studi (Oladapo Makinde et al., 2024) menunjukkan bahwa pendekatan Lefebvre banyak digunakan untuk membaca ketimpangan spasial dalam kebijakan perkotaan dan dampak eksklusi terhadap komunitas rentan. Selain itu konsep produksi ruang juga diadopsi dalam analisis ruang wisata *heritage* untuk melihat bagaimana relasi kuasa membentuk akses dan makna ruang secara simbolik (Narotama et al., 2024). Dengan demikian, teori ini tetap kontekstual untuk menjelaskan dinamika ruang publik dalam masyarakat kontemporer yang sarat akan narasi pembangunan, estetika, dan kapital.

Berdasarkan latar tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana masyarakat lokal memaknai perubahan ruang publik di kawasan wisata Kota Lama Surabaya pasca-revitalisasi, serta bagaimana mereka bernegosiasi dengan narasi dominan pariwisata. Fokus masalah terletak pada pergeseran fungsi sosial-komunal ruang

publik menjadi ruang wisata eksklusif yang dikontrol melalui estetika, simbol, dan kebijakan. Secara khusus, penelitian ini mengangkat tiga pertanyaan utama: (1) bagaimana warga memaknai ruang publik sebelum dan sesudah revitalisasi? (2) bagaimana bentuk resistensi atau adaptasi yang dilakukan warga terhadap narasi wisata? (3) bagaimana relasi kuasa antara pemerintah, pelaku pariwisata, dan masyarakat lokal membentuk ulang makna dan akses ruang?

Kebaharuan penelitian ini terletak pada pembacaan ruang publik sebagai medan wacana dan arena kuasa, bukan semata ruang fisik atau infrastruktur. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pengalaman subjektif warga lokal dalam melihat perubahan makna ruang, hal yang masih jarang disentuh dalam studi-studi revitalisasi kawasan *heritage* di Indonesia, yang umumnya berfokus pada aspek teknis, estetika, atau ekonomi. Dengan mengintegrasikan teori produksi sosial ruang Lefebvre dan pendekatan analisis wacana kritis, studi ini memberikan kontribusi teoritis dan metodologis untuk memahami bagaimana ruang dikonstruksi secara simbolik dan diperebutkan secara sosial oleh berbagai aktor.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Ruang Publik

Ruang publik bukan lagi hanya sekadar ruang fisik milik bersama, tetapi juga arena relasional dan simbolik yang mencerminkan struktur sosial dan konflik kuasa dalam masyarakat. Definisi mutakhir menjelaskan dimensi publikitas berdasarkan aspek legal dan pengalaman sosial (*lived sense*), mencakup kepemilikan, aksesibilitas, manajemen, dan inklusivitas sebagai unsur utama ruang publik yang ideal (Li et al., 2022).

(Merkel, 2024) dalam studi kasus situs industri *heritage* Alte Münze di Berlin menjelaskan bahwa ruang publik menjadi medan negosiasi spasial antara warga seperti seniman dan komunitas kreatif dan aktor komersial atau pemerintah. Proses revitalisasi sering memicu konflik antara kepentingan

ekonomi dan hak atas ruang historis, sehingga komunitas lokal perlu memperjuangkan akses, representasi, dan retensi makna simbolik atas ruang mereka. Sementara itu, pada penelitian oleh (Herzog et al., 2022) memperkenalkan kerangka *Public Value Spheres* untuk menganalisis konflik nilai publik di ruang perkotaan, mengintegrasikan data partisipatif warga dengan analisis spasial.

Secara fungsional, ruang publik mencakup area seperti taman, trotoar, alun-alun, dan jalan yang digunakan untuk interaksi sosial. Namun menurut (Ma et al., 2023), komodifikasi visual dan estetika sering kali mengaburkan fungsi sosialnya, menjadikan ruang terbuka lebih terorientasi kepada pariwisata dan visualisasi dibanding interaksi warga lokal.

Perubahan Makna Ruang Publik

Makna ruang publik tidak bersifat statis, melainkan mengalami transformasi seiring perubahan sosial, ekonomi, dan kebijakan kota. (Oladapo Makinde et al., 2024) mengungkapkan bahwa ruang adalah produk sosial yang diciptakan oleh interaksi manusia, kekuasaan, dan praktik sehari-hari. Dengan demikian, makna ruang publik dapat berubah tergantung pada siapa yang menggunakannya, untuk apa, dan dalam konteks sosial-politik apa ruang tersebut dikonstruksikan. Menurut (Herzog et al., 2022), dalam konteks urban kontemporer, ruang publik kerap direkonstruksi sebagai ruang konsumsi dan kontrol melalui desain visual, branding kota, dan narasi wisata. Proses ini menciptakan bentuk baru eksklusif simbolik yang membatasi akses warga terhadap ruang yang sebelumnya bersifat komunal, menjadikan fungsi sosial ruang bergeser menjadi lebih transaksional dan terkomodifikasi.

Perubahan makna ruang juga dapat terlihat dari transformasi fisik (revitalisasi) maupun transformasi sosial (perubahan pola penggunaan oleh masyarakat). Dalam banyak kasus, proses revitalisasi ruang publik yang dilakukan oleh pemerintah kota sering menekankan aspek estetika dan ekonomi pariwisata, namun mengabaikan nilai historis, partisipasi warga, dan aksesibilitas sosial.

Ruang Publik dan Pariwisata *Heritage*

Dalam konteks kawasan *heritage*, ruang publik sering mengalami pergeseran makna dari arena interaksi sosial menjadi ruang konsumsi budaya atau yang bisa disebut sebagai *tourismification*. (Darwis, 2021) menyoroti bahwa kampung-kampung di Indonesia, ruang publik kerap dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi informal, tetapi transformasi ini juga membawa risiko munculnya komodifikasi simbolik dan eksklusif sosial. Pengaturan ruang melalui *branding* lokal dan estetika wisata berpotensi menggusur fungsi sosial ruang komunal serta membatasi akses warga yang tidak terlibat dalam ekonomi pariwisata publik.

Kota Lama Surabaya sebagai Ruang Publik yang Bertransformasi

Kota Lama Surabaya merupakan kawasan yang sarat nilai historis, arsitektur kolonial, dan dinamika sosial-kultural. Sejak beberapa tahun terakhir, kawasan ini mengalami proses revitalisasi yang bertujuan menjadikan wilayah tersebut sebagai destinasi wisata *heritage*. Revitalisasi ini berdampak pada tampilan fisik bangunan, pola penggunaan ruang, dan bahkan cara masyarakat memaknai tempat tersebut.

Menurut hasil studi tentang revitalisasi Kembang Jepun “Kya-Kya” Surabaya oleh (Bashiroh et al., 2022), proses penataan kembali kawasan *heritage* tidak hanya mengubah elemen fisik kota seperti jalur pedestrian, *landmark*, dan batas kawasan, tetapi juga berpengaruh pada citra kota dan persepsi warga terhadap ruang. Dengan menggunakan pendekatan lima elemen citra kota dari Kevin Lynch yaitu *path*, *edge*, *district*, *node*, dan *landmark*, penelitian tersebut menegaskan bahwa revitalisasi menciptakan ruang yang lebih terarah secara visual dan terpusat pada konsumsi wisata. Konsekuensinya, ruang publik mulai bergeser dari fungsi komunal ke fungsi representatif dan simbolik, mengikuti logika estetika dan ekonomi wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma

konstruktivis, yang memungkinkan peneliti menggali makna ruang publik secara subjektif sesuai pengalaman dan interpretasi warga lokal. Paradigma ini menekankan bahwa realitas sosial bukan sesuatu yang sudah tetap, tetapi dibentuk melalui interaksi sosial dan konstruksi makna oleh para aktor. Pendekatan konstruktivis dipandang sebagai kerangka epistemologis yang menekankan bahwa realitas sosial dibentuk melalui konstruksi makna oleh individu berdasarkan interaksi sosial, pengalaman, dan interpretasi subjektif dalam kehidupan keseharian. Oleh sebab itu, pendekatan ini dipilih untuk memperdalam pemahaman bagaimana warga Kota Lama Surabaya memaknai transformasi ruang publik pasca-revitalisasi berdasarkan pengalaman langsung mereka sehari-hari.

Lokasi penelitian dipusatkan pada tiga area utama dalam kawasan wisata *heritage* Kota Lama Surabaya, yaitu Jembatan Merah, Jalan Rajawali, dan Jalan Karet. Ketiga titik ini merupakan representasi spasial dari transformasi kawasan yang mengalami revitalisasi, dengan karakteristik penggunaan ruang yang berubah drastis pasca intervensi pemerintah kota.

Data dikumpulkan melalui tiga metode utama. Pertama, wawancara mendalam dilakukan terhadap informan yang dipilih secara purposif, terdiri dari warga lokal yang tinggal lebih dari tiga tahun, pelaku usaha informal yang terdampak revitalisasi, wisatawan aktif, dan pejabat dari Dinas Pariwisata atau instansi terkait. Kedua, observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas sosial di ruang publik pada berbagai waktu (hari kerja dan akhir pekan, siang dan malam) untuk menangkap dinamika penggunaan ruang secara nyata. Ketiga, dokumentasi visual dan teks digunakan untuk mendukung temuan lapangan, berupa foto ruang publik, papan informasi, elemen desain visual, dan dokumen kebijakan atau media promosi pariwisata.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough, yang memadukan tiga dimensi: analisis teks (fokus pada bahasa dan

simbol), praktik diskursif (bagaimana wacana diproduksi dan disebarluaskan), serta praktik sosial (konteks struktural yang memengaruhi wacana). Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana makna ruang publik dikonstruksi, dinegosiasikan, dan dipertentangkan oleh berbagai aktor dalam konteks komodifikasi pariwisata dan revitalisasi kota.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi kawasan Kota Lama Surabaya telah membawa dampak signifikan terhadap transformasi makna ruang publik dari sudut pandang masyarakat lokal. Terdapat beberapa temuan utama yang menggambarkan pergeseran fungsi, akses, serta relasi kuasa dalam ruang tersebut:

Estetisasi Ruang dan Dampaknya terhadap Aksesibilitas Sosial

Transformasi visual Kota Lama Surabaya ditandai dengan restorasi fasad bangunan kolonial, instalasi pencahayaan artistik, dan jalur pedestrian berdesain modern. Namun, proses estetisasi ini secara tidak langsung menciptakan ruang eksklusif yang lebih ramah bagi wisatawan dan pelaku industri kreatif, namun kurang inklusif bagi masyarakat lokal kelas bawah. Pedagang kaki lima yang dulu bebas berjualan kini dipindahkan ke lokasi yang kurang strategis, sementara kegiatan komunal informal seperti nongkrong warga menjadi terbatas. Ruang yang dulunya cair dan fleksibel kini mengalami formalisasi fungsi sesuai narasi wisata kota.

Pergeseran Fungsi Simbolik Ruang

Ruang publik di Kota Lama kini lebih berfungsi sebagai arena visual bagi wisatawan dan konten media sosial, ketimbang sebagai ruang interaksi sosial warga. Narasi sejarah yang dipromosikan melalui papan informasi dan mural sebagian besar hanya menampilkan sisi kolonialisme arsitektural tanpa mencerminkan dinamika sosial kontemporer kawasan. Ketiadaan narasi lokal seperti sejarah komunitas pribumi, perlawanan budaya atau peran warga dalam menjaga ruang yang menunjukkan bahwa ruang ini

telah didominasi oleh wacana resmi yang diproduksi negara dan pelaku pariwisata.

Resistensi dan Adaptasi Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal menunjukkan berbagai bentuk adaptasi dan resistensi terhadap perubahan ruang. Beberapa warga, terutama generasi muda, mencoba memanfaatkan ruang untuk aktivitas ekonomi digital seperti menjadi pemandu wisata informal atau membuka usaha kecil berbasis komunitas. Sementara itu, warga lanjut usia dan pelaku ekonomi tradisional menunjukkan rasa keterasingan dari ruang yang dulu mereka anggap sebagai “milik bersama”. Dalam beberapa kasus, terjadi pergeseran pola interaksi sosial ke ruang-ruang alternatif seperti gang kecil atau halaman rumah warga, yang kini menjadi semacam ruang publik sekunder.

Pola Diskursif dan Produksi Makna Ruang

Dari analisis wacana ditemukan bahwa istilah-istilah seperti “*heritage*”, “tata kota beradab”, dan “kawasan wisata unggulan” sering digunakan oleh pemerintah dan media untuk membentuk persepsi publik tentang Kota Lama sebagai ruang modern dan aman bagi wisatawan. Namun, bahasa ini justru memperkuat jarak antara warga lokal dan ruang yang mengalami transformasi. Praktik visual seperti pemasangan tanda larangan, CCTV, dan larangan berjualan memperkuat sistem kontrol simbolik terhadap siapa yang berhak berada dan beraktivitas di ruang tersebut.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menunjukkan bahwa revitalisasi ruang publik di kawasan wisata Kota Lama Surabaya telah memunculkan perubahan mendasar dalam fungsi dan makna ruang bagi masyarakat lokal. Revitalisasi yang digerakkan oleh orientasi pariwisata dan estetika visual telah menciptakan ruang publik yang lebih eksklusif dan terkontrol, menggeser fungsi sosial-komunal ruang menjadi arena konsumsi wisata dan tontonan media sosial. Proses estetisasi fisik disertai dengan kontrol simbolik melalui narasi resmi pemerintah dan media, yang menyebabkan keterasingan sebagian warga terhadap ruang

yang dulunya menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka.

Perubahan makna ini tidak hanya ditandai oleh hilangnya akses fisik bagi pelaku usaha informal dan komunitas lokal, tetapi juga oleh marjinalisasi simbolik melalui absennya narasi lokal dalam representasi publik. Meskipun terdapat upaya adaptasi dari warga seperti penggunaan ruang untuk aktivitas ekonomi alternatif dan resistensi melalui komunitas kecil, ruang publik Kota Lama tetap menjadi medan tarik menarik antara kekuasaan, identitas, dan legitimasi sosial.

Studi ini menggarisbawahi pentingnya memahami ruang publik sebagai hasil dari relasi sosial yang kompleks dan bukan semata entitas fisik. Dalam konteks pariwisata *heritage*, pengelolaan ruang publik seharusnya melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal agar transformasi yang terjadi tidak melahirkan eksklusi, tetapi justru memperkuat keterhubungan sosial dan pelestarian makna kolektif ruang.

Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah agar kajian tentang ruang publik di kawasan *heritage* diperluas menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai persepsi masyarakat. Selain itu, penting untuk menambahkan pendekatan etnografi visual atau variabel spasial agar dinamika perubahan ruang dapat diinterpretasikan lebih mendalam dalam konteks praktik keseharian. Penelitian mendatang juga disarankan untuk membandingkan beberapa kawasan *heritage* lain di kota berbeda guna melihat pola relasi kuasa dan produksi makna ruang yang mungkin bervariasi. Terakhir, pengembangan perspektif teoritis seperti konsumsi budaya, kapital simbolik, atau representasi kota juga dapat memperkaya analisis terhadap transformasi ruang publik dalam konteks urban dan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, R., & Marheni, D. K. (2023). Strategi Pengembangan Potensi Wisata sebagai Upaya Peningkatan

- Eksistensi Ekowisata dan Meningkatkan Ekonomi Masyarakat pada Desa Wisata Kampung Terih. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 1040–1051.
<https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3277>
- Ansyorie, M. M. Al, Ichwanto, M. A., Ariestadi, D., Winarno, A., Yudhistira, C. I., & Novianti, N. (2024). Pengembangan Wisata Kampung Heritage Kelurahan Pakelan melalui Video dan Peta Potensi untuk Meningkatkan Branding Wisata. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(1), 29–37.
<https://doi.org/10.17977/um063v4i1p29-37>
- Bashiroh, A., Musthofa, M. M., & Abidah, D. Y. (2022). Revitalisasi Kawasan Kembang Jepun “Kya-Kya” Surabaya Dengan Pendekatan Lima Elemen Citra Kota: Kevin Lynch. *Sebatik*, 26(2), 814–822.
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2090>
- Darwis, V. (2021). Komodifikasi Tata Pamer Dalam Upaya Preventif. *Jurnal Konservasi Cagar Budaya*, 15(1), 69–85.
<https://doi.org/10.33374/jurnalkonservasicagarbudaya.v15i1.257>
- Herzog, R. H., Gonçalves, J. E., Slingerland, G., Kleinhans, R., Prang, H., Brazier, F., & Verma, T. (2022). *Identifying public values and spatial conflicts in urban planning*. 1–23.
<https://doi.org/10.1177/00420980231207475>
- Husein, M. A., & Satiawan, P. R. (2021). Konfigurasi Spasial Ruang Publik Tugu Pahlawan Kota Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2).
<https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.65237>
- Li, J., Dang, A., & Song, Y. (2022). Defining the ideal public space: A perspective from the publicness. *Journal of Urban Management*, 11(4), 479–487.
<https://doi.org/10.1016/j.jum.2022.08.005>
- Ma, Y., Su, N., & Tu, T. (2023). Urban public space quality evaluation methods and practices in China. *Transactions in Urban Data, Science, and Technology*, 2(2–3), 59–80.
<https://doi.org/10.1177/27541231231166095>
- Mahindra, D. A., & Megawati, S. (2022). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Kawasan Cagar Budaya (Studi Pada Jalan Panggung Kota Lama, Surabaya). *Publika*, 219–230.
<https://doi.org/10.26740/publika.v10n1.p219-230>
- Maulina, F., & Suheri, T. (2020). Jurnal Wilayah Dan Kota Maritim. *Jurnal Wilayah Dan Kota*, 07(01), 27–34.
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/wilayahkota/article/view/4747>
- Merkel, J. (2024). Spatial Politics of Cultural Production: Negotiating Workspaces and Resisting Displacement at Industrial Heritage Sites in Berlin. *Urban Planning*, 9, 1–20.
<https://doi.org/10.17645/up.8269>
- Narotama, M. R., Sa’duddin, & Wihastuti, L. (2024). Pengembangan Layanan Transportasi Publik Pendukung Pariwisata Keberlanjutan di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Bantul. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(2), 132–143.
<https://doi.org/10.37253/altasia.v6i2.9149>
- Oladapo Makinde, O., Amao, F., Oladapo MAKINDE, O., & Funmilayo Lanrewaju, A. (2024). *Henri Lefebvre Theory of Space and Social Production Philosophy: A Critical Interpretation Global Journal of Arts Humanity and Social Sciences Henri Lefebvre Theory of Space and Social Production Philosophy: A Critical Interpretation BY Article History*. January.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10577092>