

Ruang Kehidupan Kampung Wisata: Dampak Dari Beautifikasi Studi Kasus: Kampung Warna-Warni Jodipan, Malang = Living Space in Tourism Village: Effects of Beautification Case Study: Kampung Jodipan, Malang, East Java, Indonesia

Adinda Christina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490635&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai transformasi ruang kehidupan kampung kumuh yang mengalami intervensi beautifikasi dan menjadi kampung wisata yang berkelanjutan. Beautifikasi merupakan salah satu strategi perbaikan kampung yang telah diaplikasikan di berbagai wilayah Indonesia, namun tidak sedikit yang gagal. Kampung Jodipan merupakan kasus unik, dimana hasil beautifikasi dijadikan objek wisata yang terus dikembangkan secara mandiri setelah adanya peningkatan kualitas hidup penduduk. Transformasi ruang kehidupan dalam penelitian ini menekankan pada perkembangan habitus dan struktur kampung sebagai penggerak utama agent dalam merespon perubahan kondisi eksternalnya. Pemahaman habitus Bourdieu dikembangkan dari konsep penduduk terhadap hasil beautifikasi yang kemudian mempengaruhi agent dan struktur Giddens dalam mereproduksi struktur sosial dan spasial baru agar kampung wisata dapat berkelanjutan. Untuk memahami transformasi habitus dan struktur dalam kampung wisata Jodipan, penelitian berfokus pada perubahan perilaku penduduk dalam kegiatan domestik, ekonomi, struktur sosial dan spasial. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan, pengumpulan data kependudukan, wawancara tidak terstruktur dan pemetaan kampung Jodipan. Data akan dianalisis secara kualitatif untuk memahami setiap tahap perubahan. Beautifikasi kampung Jodipan dan adanya kegiatan wisata mendorong perubahan konsep dan sistem sosial penduduk yang berkembang di bawah pengaruh pimpinan kampung. Program beautifikasi kampung yang berkelanjutan hanya dapat terwujud jika terdapat perubahan konsep bertinggal yang tidak hanya untuk kegiatan domestik, namun juga untuk kegiatan ekonomi, dimana dalam penelitian ini berupa kegiatan wisata. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagaimana program perbaikan pada kampung kumuh, terkhusus dengan intervensi fisik, dapat diterapkan dan berkelanjutan.

Kata kunci: Beautifikasi, Habitus, Struktur, Kampung, Wisata

The thesis discusses a transformation of the slum-dwelling living space after beautification and transforming into a sustainable tourism village. The beautification is one slum upgrading strategy applied in various regions in Indonesia, although many resulted in failure. However, Kampung Jodipan is a unique case where the beautification result has made to become tourism attractions, leading to the improvement of the economic condition of the villagers. The concept of living space transformation emphasizes the habitus and structure in inhabitants as a formation agent in responding to the change in their external condition. The understanding of habitus developed from the inhabitant concept of the beautification results. The transformation concept affects the reproduction of social structure and space aims to turn the village into a sustainable tourism village. This research focuses on the change inhabitants attitude towards domestic, social, and economic activities, social structure and spatial. To understand the changing, research was gathered through observation, semi-structured interview and participatory mapping of the physical condition of the neighborhood, as the source for descriptive analysis, with qualitative analysis methods. The finding

demonstrates the beautification and tourism activity transforming the concept and the social system which developed by the community leaders authorizing. Sustainable tourism village will only happen if there is a change in the living concept, in which living is not only solely purposed for domestic activities, but also for economic activities. This research will give insight on how beautification as slum improvement program can be applicable and sustainable.

Key words: Beautification, Habitus, Structure, Kampung, Tourism